

# **Journalisters forståelse av makt**

av Trond Báshus

Våren 2002  
Hovedoppgave i sosiologi, cand. polit.  
Institutt for sosiologi og samfunnsgeografi  
Universitetet i Oslo

Takk til alle informantene som tok seg tid til å være med i dette prosjektet, og til Sigurd Allern og Per Otnes for veiledning og gode råd.

## Sammendrag

Temaet for hovedfagsoppgaven er i første rekke journalisters forståelse av makt innen journalistikken. Jeg forsøker å se på hva fjernsynsjournalister i TV2 og NRK legger i selve begrepet makt og emner som direkte og indirekte handler om makt og maktforståelse. Det vil si at jeg også har forsøkt å fange den konteksten som danner bakgrunn for deres maktforståelse, slik som forhold i deres hverdag som journalister og hvordan man forholder seg til andre aktører og felt i samfunnet.

Som teorigrunnlag benytter jeg meg av maktbegreper fra den klassiske definisjonen til Max Weber til Pierre Bourdieus mangesidige teorier om makt og sosiale felt. I tillegg benytter jeg meg aktuelle og spesifikke begreper og teorier fra medieforskning. Datagrunnlaget for oppgaven er i hovedsak basert på intervjuer med fjernsynsjournalister i NRK og TV2. I tillegg til intervjuene har jeg benyttet meg av andre kildematerialer som debattartikler fra fagbladet *Journalisten* og diverse andre artikler som har vært tilgjengelige på Verdensveven.

I kapitlet *Idealer og realiteter* ser jeg nærmere på den journalistiske frigjøringskampen og de journalistiske idealene som blant annet kommer fram i Vær varsom-plakaten og blant det informantene har sagt om pressens og journalistenes oppgave i samfunnet. Dette settes i sammenheng med begrepet *journalisme*.

Hva journalistene i undersøkelsen legger i begrepene makt, mediemakt og dagsorden får sin plass i kapitlet *Pressens makt*. Her går jeg blant annet inn på journalistenes forhold til objektivitet og hvorvidt man i redaksjonene diskuterer sin egen maktposisjon i samfunnet. Generelt kan man si at journalistenes begreper om makt er noe ufullstendige, og at objektivitetsidealet står sterkt, selv om informantene gjerne innrømmer når det kommer til stykket at det ikke er mulig å være objektiv i valg og fremstilling av nyheter.

Hvordan journalister ser på temaer som tid og ressursbruk, seertall og underholdning er temaene i kapitlet *"Virkeligheten"*. Dette ser jeg på fordi de kan virke som føringer på journalistenes arbeid i form av hvordan saker prioriteres og hvordan man møter forventninger i forhold til eiere, osv. Ut i fra dette ser man at seertallsorienteringen er ganske sterk blant informantene i både NRK og TV2, samt at man i begge kanaler legger vekt på viktigheten av å være "underholdende," selv om informantene i NRK kaller dette "engasjement".

Jeg har også vært interessert i hvordan man forholder seg til andre felt og aktører, slik som konkurrenter, annonsører, publikum og kilder. Når det gjelder kilder har jeg blant annet sett på hvordan informantene forholder seg til bruken av alternative kilder, PR-byråer, informasjonsrådgivere og anonyme kilder. Ut i fra det informantene har sagt kan man si at de ser på bruken av alternative kilder som et viktig prinsipp. Anonyme kilder blir sett på som suspekt, selv om enkelte sier at man bruker anonyme kilder så lenge opplysningene lar seg bekrefte. Det virker som informantene har til dels begrensede kunnskaper om PR-byråers virksomhet.

Jeg har forsøkt å se på aktuelle forum for debatt der journalister kan tenkes å diskutere maktrelaterte temaer. I den forbindelse har jeg, etter forslag fra blant annet noen av informantene, sett på debattartikler fra *Journalisten* og konferanseprogrammer fra Stiftelsen for en Kritisk og Undersøkende Presse (SKUP). Konklusjonen i forhold til dette blir at det ikke foregår noen substansiell debatt om pressens makt i *Journalisten*, men at det har foregått en del slik debatt på SKUP-konferansene, så langt som programmene har kunnet fortelle.

Hvorvidt det journalistiske feltet er autonomt har jeg også skrevet et kapittel om, og da spesielt feltets forhold og eventuelle autonomitap til det økonomiske feltet. Dette har jeg satt i sammenheng med NRK og TV2. I tillegg skriver jeg om andre felts forhold til pressen, slik som det akademiske og politiske.

Oppgaven blir avsluttet med et kapittel der jeg ser på hvilket forhold journalister har til kritikk og selvkritikk. Utgangspunktet er en artikkel av Hans Magnus Enzensberger i *Samtiden* og reaksjonene på denne. Her blir konklusjonen at journalisters reaksjoner på kritikk gjerne er preget av avledningsmanøvre.

## Innhold

Sammendrag.....	3
Innledning.....	7
Problemstilling.....	8
Teorier om makt.....	10
Maktbegrepet.....	10
Makt i pressen.....	11
Begreper i mediemakt.....	15
Det journalistiske feltet.....	18
Felt, kapital og symbolsk makt.....	18
Habitus og doxa.....	21
Bourdieu og forskningsprosessen.....	21
Maktforståelse.....	23
Forståelse av maktrelasjoner.....	23
Kontekst for forståelse.....	25
Metode.....	27
Valg av metode.....	27
Intervjuene.....	28
Anonymitet.....	29
Utvalg.....	30
Forforståelse.....	31
Erfaringsnære og -fjerne begreper.....	32
Analyse.....	33
Oppgavens struktur.....	33
Idealer og realiteter.....	35
Frigjøring til markedet?.....	35
Plakatene.....	38
Hva sier journalistene?.....	41
Pressens oppgave i samfunnet.....	41
Den gode journalisten.....	42
Journalismen.....	43
Pressens makt.....	47
Journalistenes syn på makt.....	47
Makt.....	47
Mediemakt.....	48
Dagsorden.....	49
Bevisst maktutøvelse?.....	52
Objektivitet.....	54
Journalister og objektivitet.....	55
Hvem velger?.....	56
Diskusjon.....	57
Den lille mann.....	58
"Virkeligheten".....	61
Tid og ressursbruk.....	61
Underholdning.....	62
TV2, underholdning og forenkling.....	62
NRK, underholdning og forenkling.....	63
Mediedramaturgi.....	66
Hva er en god sak?.....	67
Seertall.....	67

Seertall i NRK.....	68
Seertall i TV2.....	68
Annonsører.....	70
TV2 .....	70
NRK.....	71
Konkurrentene.....	71
NRK om TV2.....	71
TV2 om NRK.....	72
Publikum.....	74
Produksjonslogikker.....	74
TV2.....	74
NRK.....	76
Publikums motstandskraft.....	77
Kildene.....	80
Journalisten som medium og medievridning.....	80
Kildetyper og kilderelasjoner.....	82
Strategiske kilder.....	83
Goffman, scene og bakrom.....	84
Journalister, en del av kildenes sosiale kapital?.....	85
Kilder og presse som gjensidig legitimerende.....	85
Kildene i plakaten.....	86
Hva sier journalistene?.....	86
Alternative kilder.....	87
Troverdighet.....	88
PR-byråer.....	88
Nettverk.....	90
Anonyme kilder.....	91
Forum for debatt?.....	92
Journalisten.....	92
SKUP.....	94
Andre fora?.....	98
Det journalistiske feltets autonomi.....	99
Fra det politiske til det økonomiske feltet, eller autonomitap.....	99
TV2 og NRK.....	101
Andre felts autonomitap i forhold til det journalistiske feltet.....	103
Kritikk og selvkritikk.....	105
Konklusjon.....	109
Litteraturliste.....	111
Diverse kildematerialer <sup>17</sup> .....	113
SKUP-programmer.....	113
Debattartikler fra Journalisten .....	113
Diverse artikler.....	113
Vedlegg 1: Vær varsom-plakaten (utdrag).....	114
Vedlegg 2: Intervjuguide.....	115

## Innledning

Nyhetspressen blir ofte omtalt som den fjerde statsmakt, og samtidig har den som oppgave å overvåke makthaverne i samfunnet. I lys av at pressen har makt på forskjellig vis, og at den på samme tid skal fungere som "vaktbikkje" ovenfor makten, vil det være interessant å prøve å finne ut noe om hva de som jobber innenfor pressen tenker omkring slike temaer.

Gjennom intervjuer med fjernsynsjournalister fra TV2 og NRK har jeg forsøkt å belyse hva journalistene mener pressens oppgave i samfunnet egentlig er, og hva de legger i begreper som makt og mediemakt, og hvorvidt slikt blir diskutert i redaksjonene i TV2 og NRK. Utover dette har jeg forsøkt å fange journalistenes situasjon gjennom å se på temaer som tid og ressursbruk og betydningen av underholdning og seertall. Samtidig har jeg tatt for meg hvordan man ser på andre felt og aktører som man forholder seg til som journalist, og da spesielt forholdet til kildene og til publikum.

I tillegg til data fra intervjuer har jeg benyttet meg av materiale som debattartikler fra fagbladet *Journalisten* og konferanseprogrammer fra Stiftelsen for en Kritisk og Undersøkende Presse (SKUP), samt diverse artikler som på forskjellige måter har med journalisters situasjon å gjøre.

Det teoretiske bakgrunns materialet spenner fra Max Weber til Pierre Bourdieu, i tillegg til en god del litteratur og begreper som er hentet fra medievitenskap. Jeg har forsøkt å ha et bredt utgangspunkt, både i forhold til teorien og datamaterialet, selv om det teoretiske utgangspunktet nok hviler ganske sterkt på Bourdieu. Utgangspunktet mitt for denne hovedoppgaven er forøvrig en oppgave skrevet i forbindelse med et teorispesialiseringskurs høsten 2000. [Båshus 2000]

## Problemstilling

Utgangspunktet for denne oppgaven har vært å finne ut hvilken forståelse journalister har av makt. Det vil si hvordan journalister oppfatter sin egen makt gjennom pressen, samt andres eventuelle makt over dem. Bakgrunnen for problemstillingen er at det er en tilsynelatende utbredt forestilling at pressen skal være en "vaktbikkje" ovenfor "makten". I den forbindelse vil det utvilsomt være interessant å se nærmere på hva journalistene selv legger i begrepet makt. Om jeg skal forsøke å formulere problemstillingen i en hypotese så har jeg i utgangspunktet hatt en forestilling om at journalisters forståelse av makt er ufullstendig, og oppgaven dreier seg for så vidt om hvorvidt dette ser ut til å stemme eller ikke.

Materialet som jeg benytter meg av vil i hovedsak være basert på intervjuer av journalister i NRK Dagsrevyen og TV2. Jeg vil også bruke tilgjengelig faglitteratur omkring temaer som har med makt, medier og pressen å gjøre, samt en del andre materialer som kan være nyttige.

Begrepet makt kan tolkes på en mengde forskjellige måter, og i denne oppgaven skal jeg ikke forsøke å binde meg opp til en enkelt tolkning. Jeg tror det kan være fruktbart å ha et fleksibelt utgangspunkt fordi det da vil være lettere å se nyanser. Ut i fra en overordnet problemstilling om hva journalister tenker omkring makt, er det mulig å utlede beslektede problemstillinger som har med dette temaet å gjøre. Eksempler på dette er hvordan man ser på pressens idealer og ideologi, og hvilke muligheter journalister har til å reflektere over seg selv og dermed sin makt og posisjon i samfunnet.

Jeg vil benytte meg av en kvalitativ fremgangsmåte, og man skal selvfølgelig være forsiktig med å generalisere resultatene utover det utvalget av journalister som jeg har intervjuet. Det er likevel mulig å undersøke holdbarheten ved å se på i hvor stor grad resultatene lar seg bekrefte i annen litteratur og forskning, noe som jeg også vil gjøre ettersom teksten skrider fram. [Thagaard 1998:179-184] Dessuten vil man i ettertid kunne se i hvilken grad journalister selv kjenner seg igjen gjennom beskrivelsene i oppgaven, i tillegg til at det vil være mulig å se på holdbarheten i oppgaven i forhold til hvor rimelige konklusjonene mine ser ut til å være.

Til sist vil jeg presisere at oppgaven for en stor del handler om fortolkning, og da *min* fortolkning av både de dataene som jeg selv har samlet inn og den litteraturen



som jeg har benyttet meg av i oppgaven. Det betyr at andre ville ha kunnet komme til andre konklusjoner, men det betyr selvsagt ikke at konklusjonene som kommer fram her er tilfeldige.

## **Teorier om makt**

I dette kapitlet skal jeg se på endel grunnleggende teoretiske begreper som danner utgangspunkt for oppgaven. Først vil jeg gå gjennom forskjellige definisjoner av hva makt kan være i samfunnet, fra Webers klassiske definisjon til Bourdieus begrep om symbolsk makt. Deretter vil jeg gå mer spesifikt inn på forskjellige aspekter omkring makt og pressen. Senere skal jeg gjøre rede for forskjellige sider ved det man kan kalle sosiale felt, og hva som karakteriserer disse, samt begreper fra Bourdieu og andre som er nyttige å bruke når jeg skal forsøke å belyse temaet for denne oppgaven. Ved siden av dette teorikapitlet, som kan oppfattes som et slags fundament for resten av oppgaven, vil jeg integrere medievitenskapelig og sosiologisk litteratur i teksten der det vil være relevant. Det vil si at en del teoretisk stoff vil komme i forbindelse med kapitlene utover i oppgaven. Jeg har gjort dette i et forsøk på å få nærhet mellom aktuell litteratur og diskusjonen av intervjudataene.

### **Maktbegrepet**

Makt har alltid vært et sentralt begrep i samfunnsvitenskapene og jeg skal kort beskrive hva man kan legge i dette begrepet. Max Webers definisjon er en av de mest brukte, og lyder som følger: "[...] et eller flere menneskers sjanse til å sette gjennom sin egen vilje i det sosiale samkvem, og det selv om andre deltagere i det kollektive liv skulle gjøre motstand." [Weber 1971:53] For å klargjøre hva man legger i et begrep som makt kan det være nyttig å presisere nøyaktig hva man legger i det, så langt det er mulig. Fredrik Engelstad har presentert hva han mener er minimumsbetingelsene for at vi skal kunne kalle et sosialt fenomen makt. Dette går ut på at fenomenet det er snakk om i det minste må bestå av en intensjon, en relasjon og et årsak/ virkning forhold. [Engelstad 1999:17-19] Dette kan man vel si er essensen i Webers maktbegrep, og dette vil jeg blant annet bruke i denne oppgaven. Likevel vil det være nyttig å bruke maktbegreper der en av disse betingelsene ikke er tilstede eller er mindre synlige.

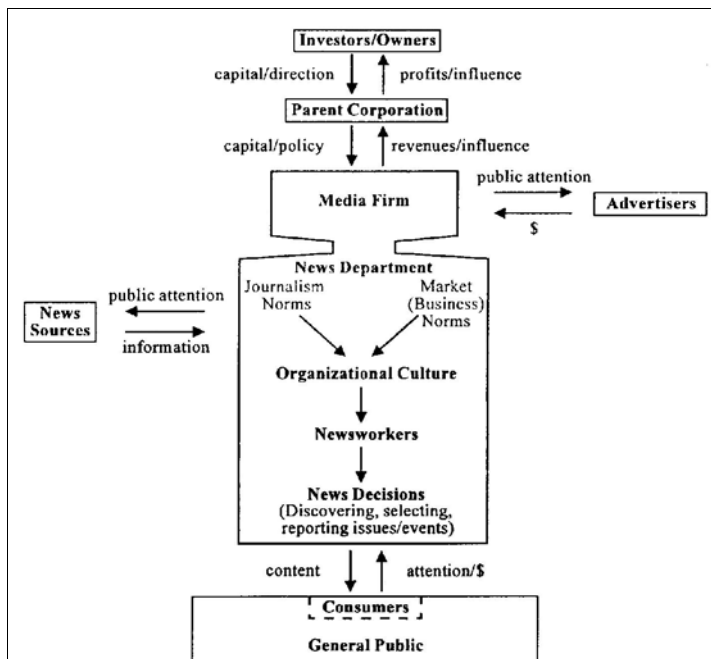
Et eksempel på bruk av begrepet makt som er forskjellig fra det som blir brukt av Engelstad er det Pierre Bourdieu kaller symbolsk makt. Som jeg skal komme tilbake til senere, kan man bruke dette begrepet når vi ser at de faktiske maktforhold er skjult, både for dem som utøver makten og dem som er utsatt for den. [Bourdieu 1996:45-46] Et element som mangler for at vi skal kunne kalle dette makt etter Engelstads kriterier er intensjon, siden til og med de som utøver

makten ikke er klar over at de gjør det. For å holde de forskjellige begrepene om makt fra hverandre i denne oppgaven vil jeg presisere nærmere i teksten der det kan bli fare for feiltolkning.

Et maktbegrep som på mange måter likner det Bourdieu kaller symbolsk makt finner vi hos Steven Lukes i boken *Power. A Radical View*. Her kritiserer han enkle endimensjonale syn på makt for å være utilstrekkelige fordi de ikke har med noen begreper om latente konflikter, og den mulige konflikten mellom de som utøver makt og de virkelige interessene til de som blir ekskludert. [Lukes 1974:24.25] Hos Lukes har vi et begrep om makt som inkluderer både maktutøvelse gjennom observerbare beslutninger, maktutøvelse gjennom ikkebeslutninger, samt maktutøvelse gjennom ikke erkjente interesser. Det er nettopp dette siste punktet som minner om symbolsk makt fordi slike maktforhold ikke er gjenkjennelige som makt. Noen vil sikkert argumentere for at det i slike tilfeller ikke har med makt å gjøre fordi det ikke så lett lar seg gjøre å identifisere en klar intensjon om maktutøvelse. Uansett hva vi velger å kalle det så tror jeg skjulte interesser, latente konflikter og symbolsk makt er virkelige fenomener som man bør være på utkikk etter, og som man gjerne må få kalle makt, så lenge det er tydelig hva som legges i det. Et åpenbart empirisk problem som man må være oppmerksom på er at vi kan ha å gjøre med maktforhold som er vanskelige å få øye på, fordi de ikke er anerkjent som makt av dem som disse forholdene angår.

### **Makt i pressen**

I pressen, og her mener jeg f. eks. dagspresse og nyhetssendingene i radio og fjernsyn, inngår det mange forskjellige og kompliserte maktforhold. Om vi for eksempel forestiller oss en nyhetsredaksjon i en kommersiell TV-kanal finner vi at det ikke bare er maktforhold internt i organisasjonen mellom journalister, vaksjefer og redaktører og så videre, men også at organisasjonen i seg selv, i tillegg til individene i denne, må forholde seg til en rekke andre eksterne aktører. Alle disse relasjonene er potensielle maktforhold. Dette ligger selvfølgelig i det en presseorganisasjon driver med, de formidler "det som skjer" til et gitt publikum, i tillegg til at mange av disse organisasjonene selger plass og tid til annonsører for at dette også skal formidles videre. Dessuten har vi forholdet mellom journalistene og det utvalget av kilder som danner grunnlaget for stoffet som pressen formidler til sitt publikum.



Illustrasjon 1: Nyheter som varer. [McManus 1994:60]

I det hele tatt er det mange aktører som journalistene i en mediebedrift må forholde seg til. Det er mulig å se på organisasjonens forbindelser med disse aktørene som en form for bytterelasjoner. Illustrasjonen på side 12 viser hvordan dette kan se ut om man setter de forskjellige bytterelasjonene opp i en modell. Et eksempel på et slikt bytteforhold vil vi ha når en journalist bytter til seg informasjon fra en kilde mot at denne får den oppmerksomheten

han/ hun ønsker seg i mediene. Andre bytterelasjoner vi kan se i figuren er mellom mediebedriften og annonsørene, der penger byttes mot oppmerksomhet, og mellom publikum og nyhetsorganisasjonen der varene er innhold og oppmerksomhet. Modellen er åpenbart basert på amerikanske forhold, og den tar ikke hensyn til mediebedrifter som er finansiert ved lisensinntekter, slik som NRK. Likevel gir den en idé om hvordan man kan forestille seg bytte i forhold til nyhetsproduksjon. Interessant å merke seg er sammenføringen av journalistiske normer og markedsnormer som begge inngår i prosessen med valg og fremførelse av nyheter. [McManus 1994:57-84]

Selv om man sikkert ofte kan finne slike rene bytteforhold i prosessen med produksjon av nyheter, vil en ren byttemodell i mange tilfeller være for enkel, og det vil ikke alltid være symmetrisk forhold mellom partene der det er en lik fordeling mellom interesse og kontroll. [Hernes 1975] Et eksempel på dette er dominans og avhengighet i forhold mellom kilde og journalist. Anser journalisten at kilden er god og verdt å beholde er det ikke urimelig å tro at journalisten vil kvie seg for å gjøre noe som kan føre til at forbindelsen med kilden brytes, og journalisten kan dermed havne i et avhengighetsforhold til en dominerende motpart. Grovt sett kan man sette opp en modell der kilden har kontroll over informasjonen og pressen har kontroll over kommunikasjonsmidlene. Kilden kan ha forskjellige interesser i forhold til informasjonen denne rår over. Kanskje man

ønsker at den skal formidles, eller kanskje man vil holde dette skjult. Journalisten på sin side vil gjerne ha informasjon fra kilden, og siden en god kilde er en verdifull tilgang for en journalist, vil journalisten kanskje være forsiktig med å publisere stoff som kan skade kilden. Som vi kan tenke oss vil det ofte oppstå motstridende interesseforhold der journalisten i visse tilfeller kan være den underlegne part. Journalistenes motstandskraft mot slike avhengighetsforhold støttes opp av den journalistiske ideologien slik som den f. eks. kommer til uttrykk i Vær varsom-plakaten. Det virker ganske åpenbart at de journalistiske normene ofte er i konflikt med forholdet nyhetsorganisasjonene har til aktører som kilder, eiere og annonsører, der kampen gjerne står om profitt og oppmerksomhet. Journalister skal som kjent verne om verdier som demokratiet, ytringsfrihet, fri offentlig debatt osv. Om idealene, slik de blir presentert gjennom blant annet Vær varsom-plakaten, faktisk styrer den journalistiske praksis er likevel et åpent spørsmål. Journalistenes forhold til både sine idealer og kilder er temaer i denne oppgaven.

En annen måte å se forbindelser og relasjoner på er å benytte seg av Pierre Bourdieus begrep om sosiale felt. I forhold til denne oppgaven kan man se for seg et journalistisk felt som er bygd opp av individer som står i relasjon til hverandre i tillegg til at feltet på forskjellige måter står i forbindelse med andre sosiale felt slik som de økonomiske og politiske feltene. En presseorganisasjon er pent nødt til å forholde seg til disse feltene siden det ofte er her "det som skjer" skjer. Det journalistiske feltets avhengighet av det økonomiske markedet, som man kan se ut i fra hvor avhengig pressen er av annonseinntekter for eksempel, er en interessant forbindelse til det økonomiske feltet. Dette kan føre til at det journalistiske feltets autonomi og motstandskraft i forhold til de andre feltene som det er avhengig av kan bli svak, i den grad det finnes noe man kan kalle et autonomt journalistisk felt. [Bourdieu 1998] Spørsmål som har med autonomi og det journalistiske feltet å gjøre vil jeg komme tilbake til senere i oppgaven.

Kilder, eiere og annonsører er alle aktører som på sine forskjellige måter vil forsøke å forme pressens innhold etter sine egne interesser. I siste instans er det likevel journalister og nyhetsredaksjoner, som i utgangspunktet har en helt "fri" stilling,<sup>1</sup> som foretar de endelige valgene over hva som skal trykkes eller slippes ut

---

1 Dette vil si redaktørens/ redaksjonens frihet slik man kan finne den definert i Redaktørplakaten og Vær varsom-plakaten.

over eteren. Alle aktørene, inklusive journalistene, er interessert i publikums oppmerksomhet, for ikke å snakke om de tilfellene man har nytte av publikums mangel på oppmerksomhet. Uoppmerksomhet vil nok for mange aktører oppfattes som verdifullt i like stor grad som oppmerksomhet. I begge tilfeller er vi framme ved det vi kan kalle pressens makt over publikum, nemlig pressens evne til å overføre sin virkelighetsforståelse over til allmennheten. Pressens virkelighetsforståelse tror jeg vil være en blanding av eksterne aktørers påvirkning av presseorganisasjonene (i den grad det har vært vellykket), organisasjonens og de enkelte journalistenes valg av nyhetssaker og tolkningsrammer samt de normer, regler og idealer som danner bakgrunn for journalistenes valg. Vi kan med andre ord si at pressen setter sammen nyheter og forsøker å konstruere en virkelighet som allmennheten forhåpentligvis finner troverdig, selv om de eventuelt ikke skulle like konklusjonene. Man kan tenke oss at vi kan bruke Goffmans begrep om "definisjon av situasjonen" i litt større skala. [Goffman 1992:11-23] Når pressen får gjennomslag for sin definisjon kan vi kalle dette en form for maktutøvelse. Et eksempel man kan tenke seg er om pressens fokus på kriminaljournalistikk kan føre til at allmennheten får et feilaktig inntrykk av det virkelige omfanget av kriminalitet. Man skal ikke ha mye fantasi for å innse at dette kan få reelle politiske konsekvenser på et mulig feilaktig grunnlag.

Man kan forestille seg at det kan finnes en potensiell konflikt mellom journalistenes etiske idealer og interessen for å beskytte sin egen arbeidsplass. Når det gjelder beskyttelse av arbeidsplassen er det ikke unaturlig å tro at denne stort sett faller sammen med eiernes interesse av at mediebedriften går bra og genererer en sunn profitt. Dette kan gjelde innenfor TV2, men det er heller ikke unaturlig å tro at journalister i en institusjon som NRK som ikke er avhengig av reklameinntekter også er interessert i å passe på at kanalen "går bra". I hvilken grad faller det at det "går bra" sammen med høye seertall og høy oppslutning? Høye seertall kan brukes til å legitimere lisensavgiften. Klarer man å opprettholde lisensinntektene på denne måten vil det samtidig føre til en sikring av arbeidsplasser innen NRK. Trine Syvertsen har vist at seertallsorienteringen alltid har vært sterk i TV2, men også at denne har blitt akseptert i NRK selv om den er som hun sier "mindre automatisk og mindre gjennomført enn i TV2."

Dessuten er det mulig at opptattheten av seertall i NRK også har å gjøre med mangelen på tilbakemeldinger fra publikum. [Syvertsen 1997:226-227]

Denne oppgaven dreier seg om journalisters forståelse av makt, og i den grad man kan finne at maktforholdene er forskjellig som noe annet, må vi ha begreper for å kunne beskrive disse fenomenene. Jeg tror man til en viss grad kan forvente å finne forskjellige maktforhold fordi spennet mellom journalistenes uttalte etikk og yrkesidealer og den faktiske markedssituasjonen mediene befinner seg i ser ut til å være stort. Derfor tror jeg det kan være fornuftig å se på et begrep som symbolsk makt, som nettopp er ment for å beskrive maktforhold som utgir seg for å være noe annet enn makt.

### *Begreper i mediemakt*

Det begrepet som faller de fleste inn når det er snakk om medienes makt og funksjon er pressens dagsordenfunksjon. Denne kan ganske kort beskrives som pressens evne til å påvirke hva folk skal være opptatt av. [Allern 1996:40] Begrepet kan tolkes ganske vidt og omfatter blant annet hvilke saker som diskuteres i politikken. Journalistene i denne undersøkelsen bruker dagsorden på litt forskjellige måter, som vi skal se senere i oppgaven. Dagsorden handler om saker som folk blir opptatt av, men samtidig er det minst like viktig å ha en forståelse for saker som ikke kommer på pressens dagsorden. Dette kan være det man kan kalle "ikke-saker" og saker som dysses ned, og som i realiteten likevel kan ha stor innvirkning på menneskers liv.

Beslektet med dagsorden er det som på engelsk kalles "priming" og som vi på norsk kan oversette med fokuseringseffekter. [Allern 2001:60-61] Ved å fokusere på spesifikke saker kan pressen (ubevisst eller ikke) favorisere ulike politiske grupperinger eller andre organisasjoner som har bestemte politiske og/ eller økonomiske interesser. [Dearing & Rogers 1996:63] Et eksempel på dette er om en mediekanal velger å fokusere på skatte- og avgiftssaker. Da vil det være naturlig at de politiske partiene som fokuserer på disse sakene også får mest oppmerksomhet i dette mediet. I tillegg vil en slik fokusering være fordelaktig for andre som ser på skattesenkninger som gunstig. I disse rollene kan man tenke seg arbeidsgivere og deres organisasjoner.

Journalistens tolkningsrammer (på engelsk "framing") er også viktig for hvordan saker presenteres. Alle saker i pressen fremstilles i lys av en gitt sammenheng

eller kontekst. Ved å legge vekt på forskjellige sider ved en sak kan journalisten få enkelte sider ved en sak til å virke viktigere enn andre. [Dearing & Rogers 1996:63-64] Det vi som sosiologer her kaller tolkningsrammer, og som er tatt fra Goffman, [Goffman 1974] tilsvarer grovt sett det som blant annet journalister forstår som *vinkling*, selv om tolkningsrammer er et videre begrep. På engelsk bruker Goffman ordet "framing" som betyr *ramme*, men som også kan tolkes som en form for lureri<sup>2</sup>. I medieforskning brukes gjerne begrepet medierammer om journalisters og massemediers tolkningsrammer. [Eide 1992:82-83] Journalistenes tolkningsrammer, eller medierammer, er verktøy for å sette verden i system i et journalistisk perspektiv. I tillegg fungerer medierammene som nødvendige redskaper og rutiner for raskt og effektivt kunne utføre det journalistiske arbeidet.

Jeg tror man kan si at det å sette en sak inn i en sammenheng, og bruken av tolkningsrammer, er nødvendig for i det hele tatt å gi en sak mening. Dette tror jeg virker på flere plan. En journalist vil alltid gjøre en rekke bevisste valg i prosessen som fører fram til at et eller annet blir en nyhet. Dette kan skje gjennom at man velger å vinkle en sak på en bestemt måte, men samtidig vil det også være mer eller mindre ubevisste mekanismer som spiller inn og som journalisten ikke uten videre har noen kontroll over. Kanskje kan man si at dette er noe som ligger i journalistenes habitus og i feltets doxa, begreper som jeg skal komme tilbake til i neste kapittel. Et viktig poeng er at det heller ikke for andre, for eksempel publikum, er selvfølgelig hva journalistenes tolkningsrammer er. Mangler det en felles forståelse mellom journalisten/ redaksjon og publikum vil det føre til feiltolkninger og uintenderte konsekvenser.

Vi kan snakke om pressens makt som helhet, og NRK og TV2s makt som enkelte organisasjoner. Samtidig som dette brede perspektivet selvfølgelig er viktig, er det også et poeng og ikke glemme individene som utgjør disse organisasjonene. Individer som hele tiden foretar valg som har konsekvenser for det som dukker opp på fjernsynsskjermen. Vi kan også regne med å finne et dynamisk maktspill mellom individene og posisjonene internt i nyhetsorganisasjonen og i feltet generelt. Blant annet kan man regne med at det finnes en interessekonflikt mellom reporterne og vaksjefene. De førstnevnte vil nok ha interesse av å få gjennom sine saker, mens vaksjefen er nødt til å velge mellom mange saker på grunn av den begrensede plassen i nyhetssendingene. Enda viktigere er kanskje

---

2 Lure noen for å få dem til å virke skyldige, falsk anklage, etc.



forholdet mellom nyhetsorganisasjonen, der både journalister og vaktsjefer inngår, og selve mediebedriften, som i denne oppgaven vil svare til NRK og TV2 som helheter. Nyhetsorganisasjonen er kun en underliggende del av mediebedriften.

I tillegg til begreper som dagsorden, fokuseringseffekter og tolkningsrammer tror jeg også det kan være nyttig å titte på noen begreper som Thomas Mathiesen bruker i boken *Makt og medier* som nettopp, som tittelen hintet om, beskriver forskjellige sider ved medier og makt. [Mathiesen 1993] Mathiesen skiller mellom tre former for makt som har med medier å gjøre. For det første skriver han om *makten bak mediene*. Dette omfatter betingelsene for hva som skal til for at man skal kunne kontrollere mediene effektivt, som blant annet innebærer tilgang til økonomiske ressurser, fordi det er dyrt å forsøke å kontrollere mediene. I tillegg kreves kunnskap og faglig innsikt om hvordan massemediene fungerer. Til sist og ikke minst må man ha en organisasjon. Moderne massemedier innebærer effektive byråkratier for at man skal kunne koordinere aktivitetene til såpass store antall mennesker som har forskjellige funksjoner i store organisasjoner som NRK og TV2. Alle disse betingelsene fungerer sammen og er ikke gjensidig utelukkende på noen måte. [Mathiesen 1993:64-65]

For det andre bruker Mathiesen begrepet om *makten rundt og i mediene*. I disse begrepene går han mer direkte til verks. Med *makten rundt mediene* pekes det blant annet på kildene og forholdet deres til mediene. I hvilken grad spiller mediene med disse (lar seg bruke) og i hvilken grad legger pressen og mediene vekt på å avsløre kildene sine. *Makten i mediene* beskriver den eventuelle muligheten organisasjonene i pressen har til selv å foreta valg og prioriteringer. [Mathiesen 1993:149-150]

Til sist har vi *makten fra mediene* som beskriver hvordan mediene har makt, inkludert det man kaller informasjonskontroll og holdningspåvirkning. Ut i fra dette kan man diskutere om mediene i første rekke fungerer for å opprettholde de bestående forholdene i samfunnet eller om de på noen måte bidrar til å avsløre dem. Viktige spørsmål som Mathiesen diskuterer er i hvilken grad mediene har makt og dermed også hva slags makt det gir å ha kontroll over mediene. [Mathiesen 1993:205-208] Jeg skal ikke forsøke å gi noe svar på dette i denne oppgaven, men man kan vel uten tvil si at mediene har makt i forskjellig grad og at denne makten tar forskjellige former. Temaet i denne oppgaven er først og

fremst hvordan informantene som er med i undersøkelsen oppfatter forskjellige sider ved sin egen makt.

### ***Det journalistiske feltet***

I denne delen av dette kapitlet skal jeg forsøke å gjøre rede for hvordan man kan bruke Bourdieu i en oppgave om journalisters forståelse av makt. Jeg skal ikke lage en fullstendig oversikt over begrepene i Bourdieus teorier siden det vil falle utenfor denne oppgavens rammer. I tillegg til at Bourdieus begreper kan være nyttige, tror jeg også at det er bra å ta inn over seg hans ideer om selve forskningsprosessen, der det spesielt legges vekt på forskerens rolle og dennes evne til kritisk å vurdere sitt eget forhold til forskningsobjektet.

Om man skal karakterisere Bourdieus arbeid med noen korte setninger kan man nok si at de bærer preg av et ønske om å forene struktur- og aktørtankegangene i sosiologien. Like viktig er det nære forholdet mellom teoribygging og praktisk forskning. Når det gjelder forsøket på å forene aktør og strukturperspektiver minner Bourdieu om Anthony Giddens som med sine begreper om praktisk og diskursiv bevissthet har vært populær blant medieforskere. [Eide 1992:14-23]

### *Felt, kapital og symbolsk makt*

Bourdieu bruker begreper som det sosiale rom og sosiale felt. Det sosiale rom kan man se på som en representasjon av samfunnet der individene innehar forskjellige posisjoner i forhold til hverandre ut fra individenes forskjellige mengde kapital. Et sosialt felt kan beskrives som en underliggende del av det sosiale rom og kjennetegnes på samme måte av at aktørene i feltet har forskjellige posisjoner i forhold til hverandre. Feltet vil skille seg fra andre felt ved at særskilte kapitalformer og regler har gyldighet innenfor feltet, samtidig som at man opererer med spesielle opptakskrav. [Bourdieu & Wacquant 1995:85-87]

Med kapital mener ikke Bourdieu bare økonomisk kapital, men også andre typer slik som sosial og kulturell kapital. Sosial kapital kan grovt sett defineres som det sosiale nettverk man rår over og som kan nyttes til å fremme sine egne interesser. En persons kulturelle kapital kommer til uttrykk gjennom denne personens evne til å tolke de kulturelle kodene i sine omgivelser.

I tillegg bruker Bourdieu begrepet symbolsk kapital. Dette begrepet viser til egenskaper som har høy verdi innenfor et gitt felt som samtidig kan ha en

symbolsk virkning, og som gjennom dette har en tilsynelatende magisk kraft. [Bourdieu 1996:89] De formene for kapital som anses som viktige innenfor et felt kan framtre og konverteres til symbolsk kapital, og dette betyr at disse kapitalformene framstår som noe annet enn det de virkelig er. Alle former for kapital, inklusive kapital som bare gjelder innenfor et gitt felt, kan konverteres til symbolsk kapital. [Danielsen & Hansen 1999:51-60]

Begrepet om symbolsk makt er relatert til symbolsk kapital, og er en form for makt som ikke fremtrer som makt (prestisje, anerkjennelse, autoritet) og som samtidig anses som legitim. [Bourdieu & Wacquant 1995:104] Den trenger med andre ord ikke legitimeres gjennom at man er nødt til å vise noe, slik som lover, normer, autoriteter eller rasjonelle argumenter. [Danielsen & Hansen 1999:54] Bourdieu skriver at symbolsk makt nesten er magisk av natur fordi man kan oppnå det samme med symbolsk makt som ved for eksempel fysisk eller økonomisk styrke, bare i kraft av at den anerkjennes. Maktformene som framtrer som symbolsk makt kjennes ikke igjen som det de er, og oppfattes samtidig som legitime og naturlige. [Bourdieu 1996:45]

Et kjennetegn på at vi har å gjøre med et særskilt sosialt felt er de spesifikke kapitalformene vi kan finne innenfor feltet. I forhold til det journalistiske feltet vil vi kunne kalle den feltspesifikke kapitalen *journalistisk kapital*, det vil si en kapital som er unik for dette feltet. Det kan være vanskelig å avgjøre hva slike særskilte kapitalformer består av, men en mulig indikator er å se på det som gir anerkjennelse innen et felt. I forhold til journalistikken kan man for eksempel se på det som finnes av priser for god journalistikk, som det finnes mange av. Jan Fredrik Hovden skriver i en artikkel at slike priser kan gi en pekepinn på en særskilt form for symbolsk kapital innen det journalistiske feltet. Hovden mener at de gjeveste prisene blir tildelt de mediene som har den største økonomiske kapitalen fordi de formene for journalistikk som gjerne blir premiert er dyrt og krever store ressurser. Dette favoriserer de store og "viktige" medieaktørene, og fungerer på dette viset som en tilsløring av enkelte mediebedrifters økonomiske makt. Innehavet av priser som er anerkjent som kapital kan også konverteres til andre former for kapital i forbindelse med ansettelse og lønnskrav. Innenfor de største (og "viktigste") mediene kan man også finne en større konsentrasjon av journalister med høyere utdanning enn det som ellers er vanlig innenfor feltet. Høyere utdanning, eller skolastisk kapital som Hovden kaller det, fører altså til

økte muligheter for tilgang til posisjoner med høy status innen feltet. [Hovden 2001:106-111]

Andre indikatorer på kapital som kan være viktig innenfor det journalistiske feltet kan man også se gjennom betydningen av de strategiske ressursene som en journalist har tilgjengelig. Man kan for eksempel se på personlige ressurser, slik som kunnskap i form av utdanning og erfaring. En journalist har også ressurser i form av sin posisjon (status) innen mediebedriften, og dette kan man kalle posisjonsressurser. I tillegg kan begrepet om medieressurser brukes, og dette har å gjøre med den status og anseelse en mediebedrift har ute i offentligheten.<sup>3</sup> [Allern 2001:51] Slike ressurser kan selvfølgelig ha betydning for den enkelte journalists posisjon innenfor feltet, men samtidig har de betydning for hvordan en journalist blir møtt av aktører fra andre felt. Med andre ord har slike ressurser mye å si i forhold til hvilke muligheter man har for tilgang til gode kilder.

I denne oppgaven vil det være relevant å se på det vi kan kalle det journalistiske feltet. Det journalistiske feltet er nok av en noe diffus karakter, blant annet fordi opptakskravene ikke er entydige. Det er for eksempel ikke noe krav om en bestemt type utdanning, og i prinsippet kan hvem som helst bli journalist. Slik er det også enighet innenfor feltet om at det skal være, selv om man likevel jobber for å øke kompetansen blant journalister. [Raaum 1999:38] Likevel tror jeg at blant annet det etiske regelverket kan fungere som en form for sil fordi det bør legges opp til at det sluttes opp om dette innen feltet, iallfall er det tilsynelatende slik. Den pågående etiske frigjørings- og profesjonaliseringsprosessen kan man samtidig se på som et forsøk på å definere grensene til feltet, blant annet i forhold til andre aktører som jobber i PR-byråer og som informasjonsrådgivere. Disse har gjerne en bakgrunn som journalister og bruker gjerne journalistiske arbeidsmetoder. Forskjellen er at de ikke følger det etiske "regelverket" som gjør at man kan kalle dem journalister og de har dermed blitt ekskludert fra det journalistiske feltet. Forskjellen kan vi også se i det forskjellige forholdet PR-arbeidere og journalister har til kildene sine. En PR-arbeider blir betalt av kildene sine, men blant journalister ville dette vært utenkelig. [Allern 1997:140-143]

---

<sup>3</sup> Begrepene om personlige ressurser, posisjonsressurser og medieressurser ble opprinnelig brukt av Ketil Jarl Halse i hovedoppgaven *Journalisten som strateg*. [Halse 1975]

### *Habitus og doxa*

Andre begreper som det er essensielt å ha med seg om man vil bruke Bourdieu som en del av den teoretiske bakgrunnen er habitus og doxa. Det første kan minne om det Anthony Giddens kaller praktisk bevissthet [Eide 1992:14-23] og kan beskrives som en aktørs kroppsliggjorte disposisjoner. Habitus kan begrense de tilgjengelige handlingsalternativene, men er samtidig mulighetsskapende. Habitus er heller ikke noe man tenker over til daglig, den er der ubevisst og som en del av kroppen. Det er likevel mulig å endre ens habitus, og man kan hevde at det er enhvers plikt å forsøke å avsløre sin egen habitus siden dette er den eneste måten man kan bryte gjennom de sosiale begrensningene som ligger i den. [Østerberg 1997:41]

Doxa kan beskrives som et sett uskrevne regler som anses som selvfølgelige av deltakerne i et gitt sosialt felt. Det betyr at de heller ikke uten videre diskuteres åpent. Nye deltagere innen et felt vil kanskje stille spørsmålstegn ved de uskrevne reglene som til da gjelder innenfor feltet, og vil kanskje forsøke å lansere alternative ideer som kan hjelpe nykommerne med å sikre seg en mer fordelaktig posisjon i feltet. Dette fenomenet kaller Bourdieu heterodoxa. For å beskytte *sine* posisjoner vil de gamle medlemmene gjerne forsvare de bestående verdiene, fordi de nye ideene kan true den opparbeidede sosiale prestisjen deres. Holdningene som da utkrystalliseres kaller Bourdieu ortodoxa. Doxa er altså noe som ikke er uttalt før det faktisk blir åpent utfordret i feltet. [Bourdieu 1992:63-64] Et poeng i denne oppgaven vil være å forsøke å se bak det journalistene sier og gjør for kanskje å kunne avsløre doxa i det journalistiske feltet.

### *Bourdieu og forskningsprosessen*

Til sist i dette delkapitlet vil jeg si noen ord om Bourdieus syn på forskningsprosessen som jeg tror er vel så viktig som hans teoretiske begreper. Det viktigste i dette er nødvendigheten av å konstruere objektet for forskningen, i mitt tilfelle det jeg vil kalle det journalistiske feltet. For å unngå å falle i den positivistiske fellen der forskeren stiller seg helt utenfor forskningsobjektet, må forskeren hele tiden være i stand til å reflektere over sin posisjon i forhold til det konstruerte objektet i forskningsprosjektet. Bourdieu mener at man blir nødt til å heve seg opp fra et deltakende mikroperspektiv om skal kunne si noe om strukturene i det sosiale rom eller felt, men forskeren må forsøke å objektivere sin egen posisjon for på denne måten avdekke hvor man selv står i forhold til forskningsprosjektet (objektet). Med andre ord objektivere den som objektivterer,

det vil si forskeren selv. [Bourdieu & Wacquant 1995:57-59] Objektivisering, ved å gå ut over et rent deltakerperspektiv, vil altså være nødvendig selv om det kanskje kan oppfattes som et overgrep av dem som blir objektivert. [Skjervheim 1963]

## **Maktforståelse**

Det finnes som vi har sett svært mange former for makt innen det journalistiske feltet. Siden temaet i denne oppgaven er å få et bilde av hvilken forståelse journalister har av makt i pressen er jeg ikke ute etter å bestemme i hvilken grad pressen har makt, eller eventuelt i hvilken grad pressen blir kontrollert, men rett og slett hva journalistene selv tenker omkring disse temaene. I dette kapitlet skal jeg se på hva man kan se på, og hvordan man kan gå fram, for å belyse dette, samt forsøke å forklare utvalget av temaer og kapitler som kommer senere i oppgaven. Man kan spørre seg hvilke maktrelasjoner det kan være aktuelt å se på i forbindelse med en slik problemstilling, men også konteksten for journalistenes forståelse av makt er viktig.

### ***Forståelse av maktrelasjoner***

En journalist driver sitt virke i forhold til en mengde forskjellige maktrelasjoner og i den forbindelsen vil det være interessant å se på hva journalistene selv mener om disse. Aktuelle spørsmål som man må ta for seg er hvordan journalister ser på relasjonene mellom dem selv og aktører som de forholder seg til hver dag, slik som kilder, eiere og annonsører. Ser journalistene makt i disse relasjonene i det hele tatt? Jeg har forsøkt å både stille generelle og spesifikke spørsmål til journalistene om hvilke tanker de gjøre seg om makt. Gjennom de generelle spørsmålene, slik som: "Hva legger du i begrepet makt?" og "Hva er mediemakt?" kan man danne seg et bilde av hva journalistene legger i de aktuelle begrepene.

Svarene man får på de generelle spørsmålene kan gi et interessant bilde på hvor sofistikert synet på makt er blant journalistene, men et slikt spørsmål er også så vidt at det kan være vanskelig å få grep på. Dessuten kan det være at journalister bruker andre ord og uttrykk enn det en sosiolog gjerne gjør. Derfor er det i tillegg nødvendig gå indirekte til verks gjennom rett og slett å spørre om relasjonene til aktører som man forholder seg til. Dette vil da føre til spørsmål som er mer spesifikke og forhåpentligvis lettere for informantene å forholde seg til.

Blant relasjonene som jeg har vært opptatt av under intervjuene er hvordan man ser på forholdet til aktører slik som kilder, annonsører og publikum. Noen av disse spørsmålene er nok sannsynligvis lengre oppe i journalistenes bevissthet enn andre, iallfall i forhold til om man relaterer den til makt eller ikke. Blant annet har kildenes makt både vært diskutert og kartlagt ganske mye i de siste årene av

for eksempel Per Olav Reinton [Reinton 1984], Martin Eide [Eide 1992] og Sigurd Allern. [Allern 1996, 1997] Eiere og annonsørers makt kan det kanskje være vanskeligere å sette fingeren på, og dette kan kanskje ha noe med det sterke uavhengighetsidealet som man finner i det journalistiske feltet. Uttrykk for dette finner vi blant annet i Redaktør-plakaten og Vær varsom-plakaten som setter klare begrensninger i eiernes innflytelse i den daglige driften av mediebedrifter. Likevel er det eierne som bestemmer medienes ideologiske grunnsyn, som gjennom styret kan velge redaktør og fastsette rammene for driften gjennom budsjetter og krav om avkastning. Det er ikke urimelig å tenke seg at eierkonsentrasjonen i norsk presse er eller kan bli et problem. Sannsynligvis forekommer det ikke opplagte forsøk fra eiernes side å blande seg inn i den daglige driften av forskjellige medier i Norge. Eiernes innflytelse ligger heller i at de bestemmer de overordnede rammene for driften, og da er nok ikke eiernes økonomiske målsetninger uviktige for journalistens arbeid og virke. [Østbye 2000]

Når det gjelder annonsørenes makt og innflytelse tror jeg denne henger sammen med eiernes ønske (krav) om avkastning, i tillegg til journalistenes ønske om å jobbe i en bedrift med sunn økonomi. Det er ikke urimelig å tenke seg at nyhetsjournalister og redaksjonene i en kommersiell nyhetskanal vil tilpasse presentasjon og utvalget av nyheter i forhold til reklameinnslagene. Annonsører er naturlig nok interessert i å treffe sine målgrupper mest mulig presis, og det er tvilsomt om dette ønsket ikke har gjort inntrykk på dem som lager nyhetssendinger der det inngår reklameinnslag. Viktigheten av skillet mellom reklame og redaksjonelt stoff står også sterkt i den journalistiske etikken, iallfall når man ser på hvordan dette er beskrevet i Vær varsom-plakaten og den såkalte Tekstreklameplakaten.

En annen interessant relasjon som det kan være verdt å titte nærmere på er pressens forhold til publikum. Disse er både kunder og tilskuere samtidig som de er potensielle deltagere i den offentlige debatten. Som kunder kan publikum ha makt i den grad de velger å konsumere et (nyhets-) produkt eller ikke, og pressen kan ha makt over publikum i og med at de har en potensiell mulighet til å bestemme hvilke saker som det skal legges vekt på, og ikke minst hvordan de presenteres, i den offentlige debatten og i publikums bevissthet. Hvor stor denne makten er kan selvfølgelig diskuteres. I forhold til denne oppgaven vil det være spesielt interessant å se nærmere på hvilke tanker journalistene gjør seg om sitt



publikum. Har de for eksempel noen idé om målgrupper, eller hvem som sitter og ser på nyhetssendingene i NRK og TV2?

### **Kontekst for forståelse**

Minst like interessant som journalistenes synspunkter på forskjellige maktrelasjoner, er den sosiale konteksten som forståelsen springer ut av. I den forbindelse har jeg forsøkt å gå litt indirekte til verks. Svært interessant vil jo da være den journalistiske etikken og hvordan den journalistiske samfunnsoppgaven er definert. Andre interessante temaer er hvordan man ser på temaer som underholdning, fokusering på seertall, tid og ressursbruk, osv.

Journalister understreker gjerne sin viktige samfunnsoppgave som vernere av demokratiet, ytringsfriheten og den frie offentlige debatten. Journalistenes selvbilde, eller de journalistiske verdiene man vil presentere for omverdenen, kommer blant annet fint til uttrykk i Vær varsom-plakaten. Journalistenes samfunnsoppgave kan jo synes tung med tanke på hvilke omstendigheter nyhetene blir produsert under. Det har blitt påpekt at journalister befinner seg i et felt som er under sterk innflytelse av markedskrefter av forskjellige slag. [Raaum 1999] Eierne er som oftest interessert i profitt, blant annet gjennom å generere annonseinntekter som skjer indirekte ved å nå flest mulig seere eller lesere. Selv om hensynet til markedskreftene ikke nødvendigvis behøver å stå i motsetning til journalistenes yrkesetikk og idealer kan det nok ofte kan være slik.

Pierre Bourdieu har i sin bok om fjernsynsjournalister skrevet om markedsløggikkens inntog i det journalistiske feltet, og faren for at denne logikken på et vis kan infisere andre felt i samfunnet fordi pressen nærmest har et informasjonsmonopol. Vil man si noe som skal nå ut til et størst mulig publikum må dette skje gjennom pressen, og da kan det være et problem at pressen i kanskje i for stor grad fungerer under et sterkt markedspress. Markedslogikken som Bourdieu mener har påvirket det journalistiske feltet for mye kan true andre sosiale felts autonomi. Eksempler på slike felt kan være de akademiske, filosofiske og litterære feltene og problemene kommer når disse blir tvunget til å forholde seg til det journalistiske feltet på dette feltets vilkår. [Bourdieu 1998] Journalistenes idealer om å speile samfunnet, sannhetskravet og uavhengighet kan virke mer mytepreget enn som en beskrivelse av en faktisk virkelighet.

Dessuten er det viktig å ha klart for seg at journalister i stor grad produserer kommersielle produkter og tjenester som det er nødvendig for mediebedriftene å tjene penger på. John McManus peker derfor på at utvelgelsen av nyheter er like sterkt preget av markedstenkning, det vil si å lage nyhetssendinger som er attraktive for annonsører, som av journalistiske idealer om uavhengighet, maktavsløring og opplysning. [McManus 1994]

Mye av journalisters potensielle makt og innflytelse ligger i deres valg av forståelses- og tolkningsrammer. Med andre ord hvilken kontekst de velger å sette innslagene/ artiklene sine inn i. Sett i lys av denne oppgavens rammer vil det være interessant å undersøke nærmere hvordan journalister ser på vinkling og valg av saker, og om de ser på dette som maktbruk eller ikke.

I intervjuene har jeg spurt om hvordan man ser på seertall, konkurranse, underholdning, tid og ressursbruk for å forsøke å sirkle inn noen av temaene som er beskrevet ovenfor. I tillegg til dette har jeg sett på hvordan journalistene ser på de journalistiske idealene både slik de kommer til uttrykk i plakatene, og deres eget syn på hvordan de ser på pressens og journalistenes oppgave i samfunnet. Formålet med intervjuene, og oppgaven som helhet, er med andre ord et forsøk på å gripe både forståelsen av makt blant journalister, og forhåpentligvis også konteksten for denne forståelsen i det journalistiske feltet.

## Metode

Etter å ha fått råd om å kombinere dybdeintervjuer med andre alternative kilder og materialer bestemte jeg meg for å foreta en innholdsanalyse av debattartikler i fagbladet *Journalisten*, som utgis hver andre uke i papirutgave og på Verdensveven med daglige oppdateringer, for å se om jeg kunne finne spor av debatter som hadde med makt å gjøre. Jeg gikk gjennom to årganger av tidsskriftet (1999 og 2000 på Verdensveven) og konkluderte med at jeg ikke fikk fram nok materiale blant disse artiklene til en omfattende innholdsanalyse. Det var rett og slett svært lite diskusjon omkring pressens makt. Selv om jeg ikke gjennomførte den planlagte innholdsanalysen har jeg like vel med noen betraktninger omkring disse debattartiklene. I løpet av arbeidet med oppgaven fant jeg det også nyttig å bruke en del andre kilder som jeg ikke hadde planlagt å benytte meg av. Eksempler på dette er en del artikler som jeg har brukt i forbindelse med et kapittel om journalister og deres forhold til kritikk og selvkritikk.

Selv om jeg ikke har brukt debattartiklene i det omfanget som jeg opprinnelig har tenkt, har det likevel vært planen fra jeg begynte å planlegge dette prosjektet at intervjuene skal danne hovedgrunnlaget for materialet som har blitt benyttet i oppgaven. Likevel har det vært nyttig å kunne bruke litt forskjellige typer kilder som støttemateriale. Mye av dette har også vært tilgjengelig på Verdensveven.

## Valg av metode

Siden temaet her er å danne seg et bilde av hvilke tanker journalister gjør seg om makt, føltes det naturlig å gjennomføre intervjuer med et utvalg journalister. Det hadde nok vært mulig å gjennomføre en form for spørreundersøkelse og bruke kvantitative metoder for å analysere disse, men det ville utvilsomt blitt en annen oppgave enn denne. I denne oppgaven er jeg ikke så interessert i generaliseringer, men er mer opptatt av hvordan journalistene i utvalget opplever sin situasjon i forhold til makt og den jobben de har. Jeg tror også at den kvalitative fremgangsmåten er egnet til å belyse problemstillingen om hva journalister tenker på makt, og om hvorvidt de gjør det i det hele tatt. Spesielt vil det være interessant å se om den utgangshypotesen om at journalister har en "mangelfull" maktforståelse stemmer.

## **Intervjuene**

Jeg har valgt å intervjuer fjernsynsjournalister i NRK Dagsrevyen og TV2. Grunnen til dette er en antakelse om at fjernsynet er det mest innflytelsesrike mediet i dag og fjernsynsnyhetenes dominerende posisjon. Bare det faktum at hundretusentalls av mennesker kan finne på å sette seg ned foran TV-skjermen samtidig for å se på det samme programmet gjør det interessant å vite litt om menneskene som produserer disse nyhetssendingene. Ut i fra denne bakgrunnen vil det være interessant å få et innblikk i hva journalistene tenker om sin egen situasjon og ikke minst makt og innflytelse på samfunnet. I tillegg er det av praktiske hensyn greit å kunne avgrense oppgaven til fjernsynsjournalister i NRK og TV2 fordi oppgaven ellers ville blitt for omfattende. En heldig konsekvens av å ha med både NRK og TV2 er at det i visse tilfeller vil være mulig og interessant og sammenligne uttalelsene fra de to gruppene av journalister. Opprinnelig planla jeg å kun intervjuer journalister fra TV2, men dette slo jeg fra meg ettersom det antakelig ville vært vanskelig å rekruttere nok informanter fra denne ene kanalen. Som et bonus ved å intervjuer journalister fra de to kanalene har jeg da også til en viss grad fått muligheten til å sammenligne resultatene i forhold til hvor journalistene har sin arbeidsplass.

Jeg gjennomførte først et prøveintervju for å se hvordan intervjuguiden fungerte i praksis. Intervjuene forandret seg ganske mye fra dette, og det første "ordentlige" intervjuet, til de etterfølgende. I det første intervjuet fulgte jeg en ganske rigid intervjuguide som jeg følte ikke gav nok spillerom for improvisasjon og spontanitet. Dette førte til at tråder som informanten tok opp kanskje ble ignorert og ikke fulgt opp. For å bøte på dette skrev jeg om intervjuguiden i form av en stikkordliste, i stedet for en mengde fastspikrede spørsmål. Målet var å få til en litt løsere form for intervju, slik at jeg ikke ble altfor opptatt av hva som stod i guiden men heller kunne konsentrere meg om hva faktisk informantene sa. Intervjuene kan derfor karakteriseres som halvstrukturerte siden jeg forsøkte å styre informanten gjennom et sett forskjellige temaer, samtidig som det var viktig å holde intervjuene fleksible innenfor disse rammene. Derfor har ikke informantene alltid fått de samme spørsmålene, selv om de stort sett har vært innom de samme temaene. Dette betyr at jeg ikke alltid har kunnet sammenligne svarene til alle journalistene, men dette har jeg for så vidt ikke sett på som noe stort problem i en kvalitativ undersøkelse som denne.

Når man gjennomfører en undersøkelse er det viktig å vurdere hvilke konsekvenser undersøkelsen får for de som deltar i den. Det gjelder uansett hvilken metode man benytter seg av, men kanskje spesielt når man intervjuer mennesker direkte. Man kan tenke seg at intervjuene både har positive og negative følger, og at de både influerer informantene og forskeren. Dette må man vurdere i forhold til oppgavens tema, og målet må være å gjøre de negative sidene minst mulig samtidig som man forsøker å utnytte de eventuelle positive sidene på den beste måten. I forhold til denne oppgaven som ikke berører personlige og følelsesmessige vanskelige temaer, så tror jeg ikke den har ført til noen negative konsekvenser for informantene, rent bortsett fra den "tapte" tiden som gikk med til intervjuene. På den positive siden kan man jo håpe intervjuene har hjulpet informantene til å tenke gjennom nye sider ved deres virke som journalister.

#### *Anonymitet*

I forhold til anonymitet så har jeg valgt å holde informantenes identitet skjult så langt det lar seg gjøre. Dette betyr at ingen av informantene vil bli identifisert i oppgaven ved navn. Likevel vil det sikkert være en del mennesker som vet hvem som har blitt intervjuet, kanskje fordi jeg har blitt sett sammen med informantene av kolleger, eller fordi de har snakket om det selv. Slike omstendigheter er det vanskelig å hindre. Temaet er som tidligere nevnt heller ikke av en slik art at det er trolig at dette prosjektet kan føre til noen særskilte problemer for de som har vært med. Listen med informanter er forevist begge veilederne for denne oppgaven.

I journalistikken blir anonyme kilder sett på som suspekt. I Vær varsom-plakatens punkt 3.2 står følgende: "Vær kritisk i valg av kilder, og kontroller at opplysninger som gis er korrekte. Ved bruk av anonyme kilder må det stilles særskilte krav til kildekritikk." Det som menes her er at bruken av anonyme kilder kan svekke troverdigheten i journalistikken fordi man ikke kan etterprøve kildene. I lys at dette vil det for mange synes merkelig at det er vanlig å bruke anonyme kilder i samfunnsvitenskapelig forskning. I forhold til denne oppgaven tror jeg ikke det svekker oppgavens troverdighet at informantene er anonyme. I denne oppgaven er det ikke viktig hva identiteten til informantene er, og etter min mening heller ikke i forhold til troverdigheten i undersøkelsen. Det som er viktig er at man vet *hvor* informanten kommer i fra, og dette muliggjør også etterprøving av resultatene.

Enhver kan gjennomføre et tilsvarende forskningsprosjekt med et tilsvarende sett informanter for å kontrollere resultatene i denne undersøkelsen. Å gjennomføre et slikt prosjekt er nok i de fleste tilfeller ganske uoverkommelig, men det er i tillegg mulig å sjekke resultatene gjennom allerede eksisterende forskning, og dette er ikke uoverkommelig. Dessuten tror jeg det ville vært åpenbart om jeg kommer fram til resultater som er helt urimelige i forhold til hva journalister faktisk ville ha sagt.

Et argument mot bruken av anonyme informanter er at man kan risikere at de sier ting som de ellers ikke ville stått for. Dette kan nok være et problem og en feilkilde, men på den andre siden er dette en av fordelene med å holde informantene anonyme siden de fritt kan si hva de vil uten at dette får konsekvenser for dem personlig. Det er altså naturlig å anta at informasjonen man samler inn vil være forskjellig i de to tilfellene. Jeg tror det alltid kan være en fare at forskeren kan bli ført bak lyset, men det er også en av forskerens oppgaver å gjennomskue dette. Når det gjelder typen og formen av informasjon som man får fra intervjuene mener jeg fordelene i dette tilfellet oppveier bakdelene.

### *Utvalg*

Informantene fordeler mellom TV2 og NRK seg som vist i tabell på side . Jeg har ikke gått inn for ha et likt antall informanter i NRK og TV2. Intervjuene ble gjennomført i en periode fra april 2001 til mars 2002. Fordelingen av kjønn ble slik den er av tilfeldigheter, og som man kan se fra tabellen er det en overvekt av

<i>Informant</i>	<i>Kanal</i>	<i>Kjønn</i>	<i>Stilling</i>
<i>1</i>	TV2	M	Reporter
<i>2</i>	TV2	K	Reporter
<i>3</i>	TV2	M	Reporter
<i>4</i>	TV2	M	Reporter
<i>5</i>	TV2	M	Reporter
<i>13</i>	TV2	M	Vaktsjef
<i>7</i>	NRK	K	Reporter
<i>8</i>	NRK	M	Reporter
<i>10</i>	NRK	K	Reporter
<i>11</i>	NRK	K	Reporter
<i>12</i>	NRK	K	Vaktsjef

*Tabell 1 Fordeling av informanter*

kvinner i utvalget fra NRK, mens det er flest menn i utvalget fra TV2. I en undersøkelse som denne ser jeg ikke på dette som spesielt kritisk. Noen vil kanskje mene at 11 informanter er lite, men jeg tror ikke antallet informanter har noe å si på kvaliteten i oppgaven. Derimot er det helt klart at oppgaven hadde blitt annerledes dersom utvalget av informanter hadde vært et annet. Likevel er det nødvendig å intervju mer enn en person siden jeg er interessert i bestemte temaer og ikke bare en enkelt persons opplevelse av disse.

Dessuten kan man ikke regne med at alle intervjuer blir like vellykkede, og ofte blir de svært forskjellige fra hverandre.

### **Forforståelse**

Det er viktig for et forskningsarbeid at forskeren forsøker å gjøre det klart hvor han står i forhold til forskningsobjektet. At man i det hele tatt bruker ordet objekt tilsier at man skal trå varsomt, siden det ikke vil være mulig for forskeren å plassere seg selv utenfor det sosiale rom som en flue på veggen. Det er ikke usannsynlig, det vil si at det *er* sannsynlig, at forskerens sosiale bakgrunn og andre faktorer farger forskningsarbeidet på en eller annen måte. Både for leserens skyld, og for min egen, vil jeg nedenfor forsøke å granske mine motiver for å skrive en hovedoppgave om journalisters forståelse av makt. For å kunne tolke en oppgave som denne, vil det være avgjørende for leseren å vite litt om hvilken posisjon forskeren befinner seg på.

For det første, bortsett fra at makt i sine forskjellige valører er svært interessante fenomener, tror jeg at ønsket om å skrive om journalister og makt bunner i en aldri så liten mistro mot pressen, og da ikke minst pressens motiver. Spesielt tror jeg at jeg har vært skeptisk til det jeg har oppfattet som journalisters og pressens selvhøytidelighet og selvfølgelige tro på seg selv og sin egen objektivitet. I tillegg har jeg ofte stilt meg tvilende til at pressen kan være i stand til å gjennomføre de oppgavene de selv har satt seg, nemlig å beskytte den "lille mann" mot "makten." Det er også et spørsmål om hva som ligger i den "lille mann" og "makten". Hvem har makt i samfunnet og hvem er det som egentlig trenger beskyttelse mot maktmisbruk? Hva vet journalister i det hele tatt om makt? Mitt umiddelbare inntrykk er at journalister vet svært lite om hva makt kan innebære, og at deres syn på makt er svært ensidig. Et syn som innebærer at makten ligger hos staten og de enkelte institusjoner og personer som identifiseres som statens representanter. Staten utøver så sin makt over borgerne, som må beskyttes ovenfor statens eventuelle (og sannsynlige) maktmisbruk.

Og da er spørsmålet om hvordan jeg skal klare å granske det som jeg i dette tilfellet vil kalle "makten" (pressen). Det er ikke sikkert jeg har klart å se gjennom egne fordommer og vrangforestillinger selv om jeg har forsøkt å gjøre det. I tillegg er det heller ikke sikkert at jeg har klart å se igjennom det forhåndskonstruerte bildet jeg har av pressen og det journalistiske feltet. Kan det være slik at jeg bare

har pirket i en overflate og ikke sett det som eventuelt ligger under, dvs. den virkelige logikken i feltet? Det er vanskelig å si. Uansett så vil jeg tro at det er viktig å stille seg tvilende til både sine egne og andres forestillinger om tingenes tilstand for på den måten forsøke å unngå å virke som et talerør for hverdagslige forestillinger. [Bourdieu & Wacquant 1995:217-228] Det er svært viktig å unngå å falle i den fellen å forsøke å bekrefte sine egne vrangforestillinger. Jeg tror det er usedvanlig lett å forme konklusjoner etter slik man vil de skal være. På den annen skal man ikke av denne grunn være redd for å være kritisk. En sosiologs fremste oppgave er å forsøke å se på en annen måte.

### ***Erfaringsnære og -fjerne begreper***

De ord og uttrykk som gjelder innenfor det journalistiske feltet kan ikke uten videre brukes direkte i en sosiologisk tekst. Når man gjengir det informantene sier med deres egne ord er dette det man kan kalle en erfaringsnær gjengivelse. Problemet med en slikt tilnærming kan være at man i stedet for å behandle dataene på en sosiologisk og analytisk måte mer er et slags ekko av feltet som studeres. Som sosiolog er det min oppgave i denne teksten å omfortolke dataene fra intervjuene og observasjonen i sosiologisk språkdrakt. Dette er ikke nødvendig fordi man vil bruke andre ord for disse ordenes skyld, men fordi den sosiologiske ordbruken innebærer en fortolkning og kritisk tilnærming til materialet.

En kritisk tilnærming vil selvfølgelig ikke bety å være "objektiv," men er et forsøk på å se bak overflaten i den virkeligheten som presenteres av feltet. Det betyr ikke at informantene ikke skal komme til orde, i teksten vil jeg både bruke begreper som brukes blant journalister (som f. eks. i sitater) og deres omfortolkede varianter. Et eksempel på et uttrykk som er vanlig blant journalister er "vinkling", som man som sosiolog kanskje vil betegne som "tolkningsramme". Betydningen av disse to begrepene er ikke lik, det siste er en fortolkning av det første.

I denne teksten presenteres det en fortolkning av et sosialt felt, eller rettere sagt en fortolkning av informantenes fortolkning av feltet de er en del av. [Fangen 1997:15] Like lite som jeg kan fortelle "sannheten", kan heller ikke informantene gjøre dette, men må pakke inn sin opplevelse av virkeligheten i ord. Og bruk av språk er fortolkning i seg selv.



## **Analyse**

Rent teknisk benyttet jeg meg av båndopptaker under intervjuene, men sørget samtidig for å ta notater som senere ble renskrevet og utvidet. Ut fra notatene har jeg i tillegg laget matriser der jeg har satt opp de forskjellige temaene som jeg har vært opptatt av i oppgaven, og fylt inn hva informantene har sagt om disse. Matriser gjør det enklere å få oversikt over materialet, og er et bra supplement til de notatene fra intervjuene. Både notatene og matrisene har blitt mye brukt i arbeidet. Notatene, arbeidet med matrisene og selve skriveprosessen er altså det som har utgjort analysen i oppgaven, sammen med bruk av aktuell litteratur. Selve opptakene har jeg bare brukt direkte i de tilfellene hvor jeg har ønsket å kontrollere notatene mot uklarheter, samt når jeg har villet bruke ordrette sitater fra intervjuene.

## **Oppgavens struktur**

For å forberede leseren på hva som er i vente skal jeg kort gjøre rede for strukturen i resten av oppgaven. Først har jeg skrevet et kapittel der temaet er pressens idealer. I dette tar jeg opp både idealene slik som de kommer fram i skrevne retningslinjer, slik som Vær varsom-plakaten, og det informantene selv mener er pressens og journalistenes oppgave i samfunnet.

Deretter følger et kapittel som direkte handler om informantenes syn på pressens makt, og forskjellige sider ved dette, slik som dagsordenfunksjonen, objektivitet og om hvorvidt det er noen diskusjonen omkring makt i redaksjonene i TV2 og NRK.

Etter dette kommer et kapittel der jeg går mer indirekte til verks, og hvor jeg har forsøkt å se på sider ved journalistenes hverdag som kan tenkes å ha noe å si for eventuelle maktforhold både i og utenfor feltet. I tillegg tror jeg også dette kapitlet kan hjelpe med å gjøre det klart hva journalistene i undersøkelsen tenker om temaer som tid- og ressursbruk, viktigheten av underholdning, seerbarometre, konkurrenter og annonsører. Dessuten handler dette også om ting som kan ha noe å si for journalisters mulighet for handling. Her skriver jeg også om journalistenes forhold til publikum, og hvem informantene i NRK og TV2 mener de henvender seg til.

Jeg har skrevet et eget kapittel om journalistenes forhold til kildene sine. Her går jeg inn på aktuell litteratur om dette temaet, og hvordan informantene ser på alternative og anonyme kilder, kildenes troverdighet og deres forhold til blant annet PR-byråer.

I kapitlet "Forum for debatt" tar jeg opp hvilke fora som kan tenkes eksistere der journalister kan diskutere mer generelle spørsmål om sin egen situasjon, om man kan se noen tendens til at det blir diskutert temaer som har med makt og pressen å gjøre.

Til sist følger to kapitler der det første handler om det journalistiske feltets eventuelle mangel på autonomi, og der det andre handler om journalisters forhold til kritikk og selvkritikk.

## **Idealer og realiteter**

Mange har forestillinger om hvordan pressen bør være og hvilke grenser som skal gjelde for journalistisk virksomhet, og dette gjelder ikke minst journalistene selv. Det er ikke usannsynlig at journalistenes egne forestillinger om sin egen posisjon i det journalistiske feltet er forskjellige fra dem som befinner seg utenfor dette feltet. Dette er fordi vi kan forvente å finne sett med uskrevne normer innen feltet som definerer spillereglene mellom de forskjellige posisjonene, normer som normalt ikke er åpenbare. Først vil jeg se på aktuell litteratur som tar for seg pressens idealer og ideologier. Deretter hvordan idealene kommer til uttrykk i skrift fra journalistenes side. Dette kan man for eksempel gjøre gjennom å titte på de mange forskjellige "plakatene" som beskriver hva man bør gjøre og ikke gjøre om man vil være en redelig journalist. Man kan se på plakatene som et uttrykk for hvordan journalistene gjerne vil framstå for allmennheten og slik sett er de like mye beregnet på publikum, som for pressen selv. De underbygger og rettferdiggjør legitimiteten i journalistisk virksomhet, også for aktører utenfor feltet og de beskriver en idealisert tilstand som aktørene i det journalistiske feltet vil det skal framstå som. Til sist i dette kapitlet vil jeg gjennom dataene fra intervjuene forsøke å se hvilke idealer som gjelder for informantene i denne undersøkelsen, og hvor nær plakatenes beskrivelse ligger informantenes. Grunnen til at jeg tror det er nyttig å se nærmere på idealene i det journalistiske feltet er at man antakelig kan lære en hel del om hvordan mulige maktforhold i feltet ser ut, og ikke minst i forholdet mellom feltet og verden utenfor. Kampen om hva som skal være godt og riktig er en kamp om å definere hvordan virkeligheten skal oppfattes, og er med andre ord et maktspill.

### ***Frigjøring til markedet?***

De siste 30 årene har pressen gjennomgått en form for frigjøringsprosess. Deler av denne prosessen har blant annet vært at partipressen har forsvunnet, samtidig som man har gjort et forsøk på redefinere journalistikken. Innholdet i denne prosessen har blant annet vært at de etiske reglene som skal gjelde for journalistene har blitt tydeliggjort. En prosess som Odd Raaum treffende har kalt "etisk rensning" [Raaum 1999:40] Dette kan på sett og vis tolkes som et forsøk på å definere journalistikken som en profesjon og som en måte å definere hvor grensene for det journalistiske feltet skal gå. Prosessen kan tolkes som et forsøkt på å skille ut og raffinere det "journalistiske". Kanskje man kan kalle det en

identitetsskapende prosess. I tillegg kan anstrengelser for å markere avstand til PR-byråer og informasjonskonsulenter, som ofte bruker journalistiske metoder i sitt arbeid, tolkes som en måte å redusere konkurransen og snevre inn hvem feltet skal gjelde for. Man jobber altså med å skille seg ut fra potensielle rivaler. [Bourdieu & Wacquant 1995:85]

Hva er en profesjon? Vanlige kriterier på det vi kan kalle en profesjon er at vi for det første har en gruppe fagfolk som har stor samfunnsmessig betydning. For det andre skal begrepet profesjonen innebære en lang og spesialisert utdanning, og for det tredje skal man regne med at det finnes en sterk fagorganisasjon som bedriver selvjustis blant dem som tilhører profesjonen. Ofte vil det også være slik at det kreves offentlig autorisasjon for å utøve et slikt yrke. [Raaum 1999:34-35] Et eksempel på en gruppe som oppfyller kravene til å være en profesjon er legene. Sammenlikner man journalistyrket med legeyrket ser vi at det er mange forskjeller som gjør at vi ikke uten videre kan kalle journalistyrket en profesjon. Grunnen til dette er at det ikke kreves noen formell utdanning for at noen skal kunne kalle seg journalist, og at det heller ikke finnes noen offentlig autorisasjonsordning. Når det gjelder selvjustis så finnes Pressens faglige utvalg (PFU) som skal fungere som en klageinstans for pressen, selv om den bare har en veiledende rolle. [Raaum 1999:126-127] Journalistene beveger seg i en retning der man gjerne vil definere hva som er journalistikk og skille ut det som ikke er det. Det er tydelig at det jobbes med å sette grenser for det journalistiske feltet i forhold til omverdenen. Likevel kan man ikke kalle journalistikk en profesjon om man skal følge kriteriene som er skissert ovenfor, dessuten kan man argumentere for at grensene for dette særskilte feltet er ganske utydelige.

Det har også foregått en normdannelse innen det journalistiske feltet som har til hensikt å definere hva som er godt og dårlig. Samtidig virker normene avgrensende fordi de bestemmer hva som ikke er journalistikk og hva som kreves for å få innpass som journalist. Blant disse normene vil det inngå uttalte normer og regler som deltakerne i feltet vil skal fremstå som feltets idealer. Det vil si et idealisert selvbilde. I tillegg vil det finnes normer og regler som ligger i feltets doxa; det vil si normer som ikke er uttalt eller artikulert på noen måte, men som likevel bestemmer de faktiske spillereglene. Ifølge Bourdieu kan man regne med at det man i feltet åpent sier om seg selv sannsynligvis er feilaktig, og at en av forskerens oppgaver dermed blir å oppdage doxa samt "[...] å konstruere eit

vitskapleg objekt, det er først og fremst å bryte med den alminnelege oppfatninga [...]" [Bourdieu & Wacquant 1995:217] I denne oppgaven vil jeg forsøke å gjøre dette ved å se gjennom linjene i det informantene har fortalt meg gjennom intervjuene. Det kan være interessant å se på hva journalistene sier, men mer interessant er det å se hva de ikke sier og ting som kanskje bare blir antydnet. De uttalte normene er enkle å finne, og vi kan for eksempel finne dem tydelig uttrykt i Vær varsom-plakaten.

Raaum hevder at for å kompensere for den manglende muligheten for å få til en offentlig autorisasjonsordning har man forsøkt å klargjøre de etiske kjørereglene som gjelder for journalistikken. [Raaum 1999:40] Et godt eksempel på dette er den økende fokuseringen på utdanning, og da spesielt utdanning som er spesialisert rundt journalistikk. Med andre ord, en yrkesutdanning for journalister.

Om det er slik at journalister flest har blitt mer opptatt av å være frie og uavhengige kan man spørre seg hva de vil være frie fra og hva den nyervervede friheten egentlig betyr. Har det kommet noe istedenfor de politiske partiene, eller lever pressen i dag i et frihetens vakuum? Svaret må vel bli at man har forsøkt å få i stand en form for selvregulering gjennom utvidede utdannelsestilbud i journalistikk og ulike mekanismer for selvjustis, slik som Pressens Faglige Utvalg (PFU) er et eksempel på. I den grad man kan se på journalister som deltakere i et sosialt felt, er det også interessant å undersøke hvordan dette fungerer i forhold til andre felt i samfunnet. At det journalistiske feltet har en svært fri stilling i forhold til de økonomiske, akademiske og kulturelle feltene vil være en kraftig overdrivelse.

Et av Odd Raaum poenger i boken *Pressen er løs!* er at jo mer pressen har blitt frigjort fra de politiske partiene, desto mer har den mistet en del av sin motstandskraft mot det økonomiske feltet og en økonomisk markedslogikk. [Raaum 1999:187] Man kan spørre seg om pressen i iveren etter å bli fri i stedet lar seg styre av seerbarometere og markedskrav. Tidligere, da pressen i Norge for en stor del var partipresse, var deler av det journalistiske feltet til dels beskyttet av det politiske feltets autonomi i forhold til andre felt. Deler av pressen var, tror jeg man kan si, praktisk talt en del av det politiske feltet. Ved å rive seg løs fra det beskyttende i det politiske feltet, i den grad dette feltet kunne tilby slik

beskyttelse, er journalistene avhengige av å bygge opp et selvstendig alternativ, eller rett og slett overta en logikk fra et annet dominerende sosialt felt.

I det økonomiske feltet er det økonomisk kapital som er den dominerende kapitalformen. Selve begrepet om markedet innebærer for mange i seg selv et skinn av frihet, eller er til og med synonymt med frihet. Her skal jeg ikke begynne med en diskusjon om ideen om det frie markedet, men man skal ikke ha mye fantasi for å forstå at presset fra seerbarometerne og kravet om man skal selge et produkt kan legge ganske klare føringer på valget av stoff man sender ut og ikke minst hvordan det skal presenteres. En konsekvens av at de fleste medieaktørene er opptatt av å nå et størst mulig publikum vil ikke nødvendigvis føre til mangfold, men kanskje heller til ensretting. På spørsmålet om ensretting og mangfold vil det uansett være opp til øynene som ser. For noen oppleves det store tilbudet av kanaler som en enorm økning av valgmulighetene, mens andre oppfatter tilbudene som fiktive fordi fjernsynskanalene (og andre medier) er så like hverandre. John McManus peker på at en sterk fokusering på seertall kan være et symptom på en tankegang som har mer å gjøre med tilpasning til markedet enn journalistisk etikk. [McManus 1997]

### **Plakatene**

I Norge kan vi finne uttrykk for de normene og reglene som man vil skal gjelde for journalistikken i flere såkalte "plakater", der Vær varsom-plakaten nok er den mest kjente. Denne ble opprinnelig vedtatt av Norsk Presseforbund i 1936 og har blitt revidert flere ganger siden.<sup>4</sup> I Vær varsom-plakaten har man forsøkt å definere normene for hva som er god presseskikk og hva pressen er og bør være. Med andre ord et idealisert bilde av hvordan journalistikken gjerne vil fremstå som. I denne plakaten gis det blant annet uttrykk for hvilket ansvar pressen har i forhold til sine kilder, måten saker publiseres på, hvordan pressen kan ivareta sin integritet og ikke minst hvilken samfunnsrolle man mener pressen har eller bør ha.

I punkt 1.1 i Vær varsom-plakaten (se side 114 der de fem første punktene i denne er gjengitt) blir det for eksempel slått fast: "En fri, uavhengig presse er blant de viktigste institusjoner i demokratiske samfunn." Dette er nok en påstand mange kan være enige i, i den grad man kan si at pressen faktisk er fri og uavhengig. I

---

<sup>4</sup> Norsk Journalistlags hjemmeside: <http://www.nj.no/etikk.htm>. Her finnes lenker til flere av "plakatene".

tillegg sier det ganske mye om hvilket bilde av seg selv man har forsøkt å bygge opp. Det som blir sagt er at journalister har noen av de viktigste oppgavene i et demokratisk land, og at det hviler et enormt ansvar på deres skuldre. Mange av punktene i plakaten gir et selvfølgelig inntrykk, men samtidig virker den også svært ambisiøs og på grensen til å være overmodig. Tar man for eksempel for seg punkt 1.2 kan man få et inntrykk at pressen er *den* (eneste) "institusjonen" som ivaretar "viktige oppgaver som informasjon, debatt og samfunnskritikk." Mitt inntrykk er at Vær varsom-plakaten har et noe selvdyrkende preg, som om man er veldig fornøyd med sin egen viktighet. Riktig nok har nyhetspressen potensielt stor gjennomslagskraft for de sakene som den velger å ta opp, men det betyr ikke at det er noen lovmessighet i at den nødvendigvis er spesielt samfunnskritisk. For meg ville det ikke vært representanter fra pressen som dukket opp om jeg ble bedt å nevne samfunnskritiske institusjoner. I så fall føles det mer naturlig å framheve frivillige organisasjoner slik som Amnesty International, som også økonomisk er relativt uavhengig av markedskrefter i motsetning til det meste av nyhetspressen. Slike organisasjoner kan selvfølgelig ikke sies å være upartiske, og det kan man vel heller ikke være om vil man bedrive samfunnskritikk av betydning. Når det gjelder selvjustis blant journalister kan man naturlig nok ikke være sikker på at pressen lever opp til kravene den stiller til seg selv, til tross for at man har organer som Pressens Faglige Utvalg (PFU). Det har også blitt hevdet at journalister har vanskelig for å kritisere kolleger som begår overtramp, samtidig som andre igjen mener at pressens selvjustis kan bli i strengeste laget og på det viset legge for stramme tøyler på journalistikken. [Raaum 1999:160-161]

I forhold til selvjustis er det interessant å merke seg revideringen av Vær varsom-plakaten i 2001 der det i punkt 1.4 ble tilføyet "Det er pressens plikt å sette et kritisk søkelys på hvordan mediene selv fyller sin samfunnsrolle." Her blir det altså slått fast at pressen er pliktig til selvkritikk. At pressen bedriver selvkritikk er utvilsomt en god idé, men man kan undres på hvordan man skal kunne være selvkritisk når man er så lite flink til å takle kritikk (se side 105).

Det er viktig med institusjoner som fremmer informasjon, debatt og samfunnskritikk. Men det er naturlig å stille spørsmålet i hvilken grad en presse som er så avhengig av det økonomiske feltet gjennom blant annet finansiering (eierforhold, reklame, annonsering) kan klare å holde seg uavhengige i tråd med idealene i Vær varsom-plakaten, om det nå virkelig er disse idealene som gjelder

innen dette feltet. På den andre siden er ikke ytringsfriheten, trykkefriheten og offentlighetsprinsippet noe som kun gjelder på pressen, men likevel har de store presse- og medieaktørene nærmest monopol på de omfattende og brede distribusjonmulighetene som jo fjernsynet og dagspressen faktisk har. Dette er blant annet et av poengene til Bourdieu at forskere (og andre) for ofte blir nødt til å opptre på pressens premisser når man vil presentere sine synspunkter for et stort publikum. [Bourdieu 1998] Det nytter ikke for en forsker å kun holde en forelesning på et universitet om man har ambisjoner om å nå et større publikum. Selv om man i Norge vanligvis har åpne forelesninger ved universitetene er vel nedslagsfeltet noe begrenset, spesielt om dette er de eneste fora man har tilgang til. Derfor er det slik at forskere og ansatte ved akademiske institusjoner nærmest er nødt til å forholde seg til pressen om man ønsker å nå ut til et bredt publikum. For både forskere og politikere er det et problem at man blir tvunget til gå igjennom pressens filter om man vil henvende seg til et bredt publikum, journalistene forlanger nemlig også at det meste av innhold må bearbeides "journalistisk" før det kan slippes ut på publikum. Problemet er i korte trekk at innholdet både blir filtrert og tolket opptil flere ganger før det når fram til sluttbrukeren. At de politiske og akademiske feltene i større grad har blitt avhengig av å forholde seg til mediene, for eksempel gjennom særskilte mediestrategier, kan man betegne med begrepet medialisering. [Allern 2001:14-15] Disse feltene er med andre ord til dels avhengige av mediene for å utøve makt.

Det eksisterer også en annen plakat som kalles "Tekstreklameplakaten" som er et supplement til Vær varsom-plakaten. I denne blir skillet mellom reklame og redaksjonelle produkter klargjort og presisert. Den viktigste plakaten ved siden av Vær varsom-plakaten er sannsynligvis Redaktørplakaten. Denne definerer redaktørens ansvar i forhold til avisens (eller hva mediet måtte være) grunnsyn og friheten til å ta redaksjonelle beslutninger uavhengig av eiere og styre. Redaktørplakaten er i motsetning til Vær varsom-plakaten og Tekstreklameplakaten ikke vedtatt av Norsk Presseforbund, men er basert på en avtale mellom Norsk Redaktørforening og Norske Avisers Landsforbund. Redaktørplakaten sier altså at en redaktør har frihet til å ta de redaksjonelle beslutningene innenfor rammene som er bestemt av eiere og styre. Redaktøren har altså et handlingsrom som er begrenset i større eller mindre grad og eierne gir samtidig en begrenset autonomi til redaktøren. Man kan altså si at redaktøren



kun kan handle innenfor en form for autonomi som er lisensiert fra eiernes side.<sup>5</sup> [Allern 2001:319] Relatert til de forskjellige etikkplakatene finner vi Norsk Journalistlags utkast til "etiske husregler" som er et forslag til etikkregler i nyhetsredaksjoner.

### ***Hva sier journalistene?***

I intervjuene spurte jeg informantene om hva de selv mener pressens oppgave er og hva som kjennetegner en god journalist. Disse spørsmålene er normative på den måten at jeg gjerne ville vite hva informantene mener om det pressen og en journalist bør være, og ikke nødvendigvis hva de tror den faktisk er. Årsaken til at jeg spurte journalistene om dette er at jeg gjerne ville høre hva de selv sier om dette, og ikke bare få synspunktene servert slik som de er kanonisert i Vær varsom-plakaten.

I denne forbindelsen kan det være interessant å ha i bakhodet den svenske maktutredningens journalistundersøkelse som viste at "det fanns en avgrundsdyb klyfta mellan det som journalisterna ansåg *borde* vara massmedias uppgift i samhället och det som medierna *faktiskt* gör." I undersøkelsen kommer det fram at de svenske journalistene mente man burde være de svakes stemme og avsløre maktmisbruk, men at dette i praksis kom i skyggen for underholdning og sensasjonsjournalistikk. [Petersson 1994:35-36]

### *Pressens oppgave i samfunnet*

Når det gjelder pressens oppgave i samfunnet var det mye av det samme som gikk igjen blant informantene. Hos de fleste var synet på pressens oppgave flerdelt. For det første skal pressen informere "om det som skjer", men samtidig skal pressen være en kritisk kommentator ovenfor makthaverne. En spesielt viktig oppgave for pressen som de fleste av informantene kommer inn på er å avsløre overgrep og beskytte de svake i samfunnet:

Det viser seg jo at det vi kanskje er best på, og det folk reagerer sterkest på er [...] [avsløring av] overgrep mot enkeltindivider kanskje. Avdekke uverdige forhold, eller kanskje enda kriminalitet. På en måte få fram nyheter som ellers bare ville gått alle hus forbi. Og det igjen da i det offentlige, for eksempel det offentliges maktmisbruk. Men generelt er det vel [...] greit å ha noen som kan forkaste det mest uvesentlige og som presenterer et kortfatta og forståelig inntrykk og en sending om det som skjer i løpet av en dag. [Informant 3, TV2]

---

5 Uttrykket lisensiert autonomi ble opprinnelig brukt av medieforskeren James Curran. [Curran 1990]

Det er altså snakk om et syn som i stor grad er i tråd med Vær varsom-plakaten. Pressen skal informere og på samme tid være en vaktbikkje ovenfor makthaverne. Dette er vel omtrent de svarene jeg hadde forventet meg. Her syntes jeg det var ganske interessant at mange av informantene assosierer makthaverne med de offentlige myndighetene representert ved staten og alle dens institusjoner. Ofte måtte jeg antyde at makthaverne kanskje også omfatter private aktører. Dette svarte informantene da selvfølgelig bekreftende på. At det er offentlige institusjoner man tenker først på i forhold til hvem som er makthaverne er ikke overraskende, men der er nok litt ensidig, spesielt med tanke hvor mangslungent og komplisert maktforhold i samfunnet er. Det er ikke uten grunn at man er i gang med den andre maktutredningen her i landet, og som allerede har holdt på i flere år. Makt er et komplisert tema. Statens eventuelle maktmisbruk er selvfølgelig et viktig tema, men det er kanskje også enkelt å få øye på.

Samtidig som at pressen skal informere publikum om det som skjer i samfunnet, og avsløre maktmisbruk, er det like viktig at sakene presenteres på en måte som er forståelig for "folk flest". Med andre ord er det en av pressens oppgave å forklare og forenkle sakene som den velger å ta opp. En av informantene mine sa at saker som ikke lar seg formidle på en enkel måte, og som det ikke lar seg feste bilde til slik at den passer for fjernsynet, blir droppet. [Informant 13, TV2] Hvor grensen går før noe blir uforståelig er ikke helt klar, men flere informanter kommer inn på at man har svært begrenset tid for hver sak i en nyhetssending, og dette må jo være en av årsakene til at det er viktig å forenkle. Man får rett og slett ikke sagt så mye i løpet av et nyhetsinnslag. Selv om informantene generelt mener at det er viktig å informere var det flere i TV2 som likevel følte at man undervurderte sitt publikum, på grunn av dette forenklet for mye i nyhetsendingene.

### *Den gode journalisten*

Synet på hva den "gode journalisten" kan være er på mange måter sammenfallende med synet på pressens oppgave i samfunnet. Spesielt er det flere som legger vekt på evnen til å finne gode nyheter, og da spesielt genuine egensaker, samt å kunne se nye vinklinger i saker som allerede er i nyhetsbildet. Samtidig skal en god journalist sjekke referanser for å sjekke kildene til nyhetene som skal presenteres. [Informant 7, NRK] En annen informant påpekte viktigheten over å reflektere over og fortelle sannheten. [Informant 8, NRK] I tillegg bør man også ha evnen til å leve seg inn i andre menneskers situasjon

[Informant 1, TV2], kunne se hovedpoenget i kompliserte saker [Informant 4, TV2] og formidle dem på en enkel måte. De av journalistene som ble spurt direkte om viktigheten av å forenkle sakene man fremstiller på TV mente de at dette var essensielt. Nødvendigheten av dette ble understreket av den begrensede tiden som normalt er tilgjengelig for hver enkelt sak i en nyhetssending. Man blir nødt til å koke dem ned til et minimum, og gjerne ned til ett og et halvt minutt.

Hovedingrediensene er altså at en god journalist skal kunne evne å finne gode, spennende saker og kunne formidle dem på en enkel og gjerne engasjerende måte som er forståelig for folk flest. Flere informanter legger også vekt på viktigheten av å informere og kommentere samfunnet og virkeligheten. Det er også viktig for flere å kunne se nye overraskende sider og vinklinger ved sakene de jobber med.

### *Journalismen*

I dette kapitlet har det vært snakk om journalistenes idealer, og da virker det naturlig å dra dette videre til å se på om journalister faktisk kan sies å ha noe man kan kalle en felles ideologi. Ifølge Olof Petersson har ikke journalistene bare en felles ideologi, men kan også sies å utgjøre en helt egen samfunnsklasse. Journalister har, sier Petersson, en ganske bestemt oppfatning av samfunnet, og sin egen posisjon i forhold til grupper. Journalistenes ideologi består blant annet av en bestemt tolkningsramme og en virkelighetsoppfatning som ikke bare forteller journalistene hvordan man skal forstå samfunnet, men også hvordan man skal kunne forandre det. Denne ideologien for journalister kaller Petersson *journalisme*.

Ifølge Petersson forteller journalismen at samfunnet består av tre grupper: makthavere, vanlige mennesker og journalister. Verden består av kilder, publikum og redaksjoner. En journalists oppgave er å granske makthaverne og beskytte den "lille mann" mot overgrep. En journalist rolle består dermed i å ta ledelsen i forandringen av samfunnet, på vegne av den vanlige borgeren.

Journalismen blir i første rekke dannet gjennom en journalistisk utdanning, og ikke minst utvelgelsen som ligger til grunn for denne. Gjennom å søke seg til en slik utdanning tar man også inn over seg journalistenes unike rolle i å fortolke og avsløre verden for et uvitende publikum. Blant annet gjennom utdanning vil de vordende journalistene tilegne seg det felles verdigrunnlaget og normsettet som

utgjør journalismen som ideologi, og som igjen gjør at man kan betrakte journalistene som en egen samfunnsklasse.

Synet journalistene har på sin posisjon i samfunnet er også ganske spesiell, mener Petersson, fordi den er en blanding av elitisme og populisme. Journalisten skal avsløre makthaverne og finne fram til informasjon som mannen i gata ikke er i stand til å finne fram til selv. Journalisten velger ikke bare ut de forskjellige sakene, men passer også på å trekke konklusjoner på vegne av borgeren. Journalisten ser på seg selv som et slags livsnødvendig filter som ligger mellom makthaverne, det vil si politikerne, og samfunnsborgerne. Journalismen sier også at samfunnet vil slutte å fungere om makthaverne begynte å snakke direkte til publikum uten journalistenes beskyttende fortolkninger og utvalg. De gode samfunnsborgerne ville blitt fordervet. [Petersson 1994:27-33]

Hvordan passer journalismeteorien på informantene i denne undersøkelsen? Kan man kjenne igjen karakteristikken som Olof Petersson gir av den journalistiske ideologien hos dem? Jeg tror jeg kan kjenne igjen flere ting blant intervju materialet som jeg har samlet inn. Det går igjen blant de fleste av mine informanter at pressen skal fungere som en vakthund som har til oppgave å kontrollere at makthaverne ikke finner på noe tull i forhold til den vanlige mannen i gata. Pressen er en "vakthund" og et "talerør for borgerne". [Informant 5, TV2] På hvilket tidspunkt pressen ble bedt om å tale på vegne av publikum blir det ikke sagt noe om, men likevel virker det som om det blir tatt for gitt at pressen handler på vegne av folket i kampen mot de potensielt undertrykkende makthaverne som bare pressen er i stand til å beskytte dem mot.

Som modell er journalismeteorien nyttig, men det betyr ikke nødvendigvis at den alltid stemmer med terrenget man har foran seg. Blant annet skriver Petersson at journalistene gjerne sier at de speiler samfunnet, men journalistene som jeg har intervjuet sier jevnt over at de ikke klarer å speile samfunnet og at det heller ikke er mulig. Likevel er objektivitet et ideal som man som journalist tilstreber, og man bruker alternative speilmetaforer som "pressen er et knust speil" [Informant 5, TV2] eller "pressen er ikke et speil, men kanskje et lite et." [Informant 10, NRK] Pressen er altså ikke et speil i journalistenes øyne og en journalist vet at det ikke er mulig å være objektiv, selv om man kan se et tydelig ønske om at det skulle være mulig.

Når det gjelder pressen som samfunnsfortolker så handler dette ganske direkte om journalistenes makt, og informantene ser åpenbart dette som en av sine hovedoppgaver. De skal velge ut stoff, finne interessante problemstillinger og samtidig presentere dem på en slik måte at det er lett fordøyelig for seerne.

Avsløring av makten trenger ikke være det viktigste i trekket ved den journalistiske ideologien. Det kan godt tenkes at det er de rent praktiske trekkene ved det journalistiske arbeidet som er det viktigste for journalister. Med andre ord det vi kan kalle det journalistiske håndverket og den praktiske fremgangsmåten i hverdagen. Fremgangsmåten og de hverdagslige journalistiske metoden man benytter seg av for å få fram en "god sak" er kanskje viktigere enn de mer høytflyvende idealene om å avsløre makten og beskytte den lille mann mot maktmisbruk. Man kan kanskje heller si at det dreier seg om en todelt ideologi, en til festbruk og en som passer bedre til det daglige arbeidet. [Allern 2001 17-23]

I materialet mitt kan man se ganske tydelig både fest- og dagligideologien. Det å avsløre makten og beskytte de svake blir sett på som viktige oppgaver, og dette stemmer godt overens med Peterssens versjon av journalismen. Samtidig er det tydelig at også det håndverksmessige ved det å være (en god) journalist er viktig. Den gode journalisten skal kunne finne gode saker, kunne gjøre "gull av gråstein" [Informant 13, TV2] og finne spennende vinklinger.

Likevel er det verdt å spørre seg om det ikke må være noe annet der også og som ikke er like åpenbart. Man får en følelse at det blir for enkelt. Er det virkelig slik det er at journalismen er ideologien som legger føringen for journalistenes hverdag? Hvilken rolle spiller for eksempel kampen om prestige og posisjoner innen den enkelte redaksjonen og i det journalistiske feltet? Det er tydeligvis viktig for journalistene å grave opp saker som i tillegg til å være interessante og spennende, også er deres *egne* saker. Både for journalisten selv og stedet han eller hun jobber gir dette prestisje og anerkjennelse. Samtidig tror jeg også det viser en lojalitet til arbeidsplassen. Har man en god sak som ingen andre kanaler eller medier har, er det bra både for journalisten personlig og stedet man jobber. I TV2 har man for eksempel en egen pris for å premiere det man ser på som god journalistikk som heter "Gulroten". [Informant 13, TV2]

Det er kanskje ikke spørsmålet om man følger Vær varsom-plakaten som er viktig for journalister med tanke på feltspesifikk kapital. Det daglige arbeidet med å

grave fram saker som blir anerkjent som gode av kollegene innen feltet ser ut til å være vel så stor betydning. Festideologien kan være bra å vise til et par ganger i året, men vanligvis har det mer å si for en journalist at man behersker det journalistiske håndverket, og får anerkjennelse for dette av andre journalister. Slikt sett blir også forståelsen av pressens rolle og makt i samfunnet mindre viktig enn forståelsen av mulighetene man har for å samle kapital og avansere til mer prestisjefylte posisjoner innen feltet.

## **Pressens makt**

Som vi har sett tidligere i oppgaven er det mange sider ved medienes og pressens makt, og man kan forholde seg til temaet ved hjelp av en rekke forskjellige perspektiver og begreper. I dette kapitlet skal jeg beskrive hva informantene selv sier om hva deres makt består i, og hva de legger i begrepene makt og mediemakt. I tillegg har jeg sett på i hvilken grad journalistene mener de diskuterer deres egen makt og innflytelse i nyhetsredaksjonene i NRK og TV2.

### ***Journalistenes syn på makt***

Alle journalistene i undersøkelsen hadde en del å si når de ble spurt om hva makt kan være og hva de mener medienes makt består i, men det var ganske tydelig at dette var noe mange av dem ikke var vant til å sette ord på. Noen tok seg tid og tenkte seg nøye om før de svarte. Enkelte av informantene var fortrolige med maktbegreper slik som man for eksempel kjenner dem fra sosiologi og statsvitenskap (Weber). Man kan ikke forvente at de begrepene man er fortrolig med i sosiologien blir forstått på den samme måten i vanlig dagligtale. Når man i fagsammenheng definerer begreper, slik som maktbegrepet, forsøker man vanligvis å gjøre dette på en presis og entydig måte. Når begrepene blir brukt i dagligtale kan de gjerne ha helt andre og/ eller flere betydninger. I forhold til journalister vil nok de tolke makt og mediemakt ut i fra den konteksten de lever og jobber i. Ordene som journalistene selv setter på erfaringene sine kan vi beskrive med det Katrine Fangen kaller erfaringsnære begreper som er diskutert tidligere i oppgaven. For å gå ut over det erfaringsnære er det nødvendig å sette dette inn i et kritisk og sosiologisk perspektiv.

### ***Makt***

Noen av journalistene jeg intervjuet hadde åpenbart lært en tradisjonell definisjon av maktbegrepet gjennom studier. Det vil si en som ligner på den vi kjenner fra Weber. Andre assosierte makt med den form for maktavsløring som man gjerne framhever at man driver med i pressen. En informant sa for eksempel at makt har å gjøre med offentlige myndigheter og øvrighetspersoner som rår over andre mennesker. Informanten mente at det var opp til pressen å overvåke disse formene for maktbruk, slik at pressen kan avsløre eventuell maktmisbruk. [Informant 13, TV2] En annen journalist koblet makt sammen med noe *politisk*. [Informant 11, NRK] Forståelsen av makt blir altså knyttet opp til det man ser på som pressens

samfunnsoppgave, nemlig å avsløringen av makten, og ikke minst i forhold til offentlige myndigheter. Hovedarenaen for makt er da i journalistenes øyne politikken og staten med alle dens institusjoner.

### *Mediemakt*

Journalistene oppfatter jobben sin som noe som har ganske direkte sammenheng med maktforhold i samfunnet. En journalist er, blant annet, en som overvåker makten og som slår ned på tilfeller der makten misbrukes. Samtidig mener alle journalistene jeg intervjuet at også pressen har makt, og til dels ganske stor makt i samfunnet. Eller som en informant sa "Mediene har en forferdelig [stor] makt." [Informant 13, TV2]

I det hele tatt er informantene ganske samstemte når det gjelder synet på pressens makt, selv om de bruker forskjellige ord, og den assosieres først og fremst med den makten man har over publikum.

[Vi har makt] hvis det er mange, hvis vi går i takt som det heter, og kjører på en sak veldig kraftig. [...] Samtidig tyder en del undersøkelser på at vi ikke har noen spesielt høy aktelse i samfunnet. [...] På den ene siden så tror ikke folk på oss, og på den andre siden så viser det seg at de sluker det ganske rått det de hører likevel. [...] Utrolig hvor mye folk tror på det som er på TV, i forhold til avisene. Har det vært på TV så er det på en måte nesten sant. [Informant 3, TV2]

Samtidig blir det pekt på at pressen bare har makt til en viss grad og at man aldri har full kontroll med hvilken effekt innslag har på publikum. Et innslag i en nyhetssending som fra journalistens og redaksjonens side er ment å ha en bestemt effekt på publikum, trenger slett ikke få det utfallet som var ønsket. Publikum kan oppfatte sakene helt forskjellig fra slik journalisten tenkte seg. En informant i NRK sier det slik:

Man snakker om å sette ting på dagsorden, og det er det jo media som veldig ofte gjør. I den forstand har man jo makt, fordi man bestemmer kanskje på en måte litt hva folk skal være opptatt av. [...] Du kan lage en sak sånn og sånn, men du har ingen kontroll over hvordan folk kommer til å oppfatte den saken. Og folk kan jo oppfatte ting veldig forskjellig. Man vet jo hva man har lyst til å oppnå, med en sak for eksempel. Man kan jo styre det i en retning som man vet er budskapet og er fokus i denne saken. Men man har ingen garanti for at folk oppfatter det. [Informant 11, NRK]

Selv om pressen har makt, blir den av denne informanten ikke oppfattet som noe som er treffsikkert og presist. Man kan vinkle en sak på en bestemt måte, men det



er ingen garanti for at den blir oppfattet på den måten journalisten ønsket det. Ut i fra dette synet er makten pressen utøver mer eller mindre tilfeldig. Ifølge et streng maktbegrep i Engelstads forstand vil man kanskje ikke kalle dette makt når effekten ikke blir den man regner med. En informant bemerket også at pressen blir tillagt mer makt enn den egentlig har, selv om den har stor påvirkningskraft. I forhold til resten av pressen mente denne informanten at fjernsynet "slår hardt", fordi det at man har bilder gjør mediet så sterkt. [Informant 12, NRK] En av informantene i TV2 mente også at det er tilfeldigheter som styrer mye i pressen. [Informant 4, TV2] Slikt sett fører pressens eventuelle påvirkningskraft til uintenderte konsekvenser også i informantenes øyne.

Det er interessant å merke seg at flere informanter kommenterer at pressen ikke bare har makt i forhold til publikum, men også i forhold kilder og intervjuobjekter. Man opplever at det å være fjernsynsjournalist i en stor landsdekkende kanal åpner dører, men også at mange mennesker er nervøse i forhold til det å intervjues for fjernsynet. [Informant 3, TV2] En annen av journalistene i TV2 hadde inntrykk av at mange, og da spesielt politikere, er i stand til å gjøre hva som helst for å komme i pressens søkelys. [Informant 4, TV2] Man opplever altså at mange kilder opplever det som en belastning å være med i et intervju som skal være med på fjernsynet, samtidig som man ser at enkelte likevel går langt for å havne i pressens søkelys.

### *Dagsorden*

Hva tror informantene om hva pressens makt består i? Dagsorden er et begrep som mange assosierer med når man snakker om medier og makt, og dette gjelder ikke minst journalister. Mitt inntrykk er at det er dette begrepet journalister kobler sammen med hva pressens makt består i. I dette delkapitlet skal jeg se nærmere på det journalistene i denne undersøkelsen ser på dette begrepet.

Som tidligere nevnt på side 15 kan man definere begrepet "å sette dagsorden" med å bestemme hva folk skal være opptatt av. I dette ligger det makt, fordi man da til en viss grad bestemmer hva som skal diskuteres og hva som ansees å være viktig av allmennheten. Med andre ord forsøker man i pressen å sile ut informasjon som man mener er viktig fra en enorm strøm med informasjon. Et ord som er passende for en slik funksjon er "portvakt", som vil si en som skiller det viktige fra det uviktige. Før noe kommer så langt som å bli en nyhet, må det gå igjennom en

rekke portvakter i nyhetsorganisasjonene før det kommer på eteren eller på trykk. [White 1950:383-390] De mest åpenbare portvaktene i NRK og TV2 tror jeg vil være vaktsjefene. Disse har ansvaret for å velge ut det som skal vises i de forskjellige nyhetssendingene i de to kanalene. I forhold til makt blir dagsorden ganske entydig definert av informantene til det å bestemme hva folk skal være opptatt av. I så måte stemmer dette godt sammen med den definisjonen som jeg tidligere har nevnt, men dagsordenbegrepet blir også bruk på andre måter. For eksempel snakker journalister ofte om det å sette sin *egen* dagsorden.

Egen dagsorden vil si at man har funnet fram til saker som konkurrentene ikke har. Det er ekstra bra og prestisjefyllt for kanalene om disse egensakene blir oppfattet som så viktige av konkurrentene at de følger dem opp. Det å bestemme dagsorden ovenfor konkurrentene tolker jeg ut i fra intervjuene som minst like viktige for en journalist som det å bestemme hva den store allmennheten skal være opptatt av, selv om disse to sidene ved å sette dagsorden ofte er sammenfallende.

En av informantene av TV2 sier for eksempel at gode egensaker er toppen av lykke for en journalist. I forhold til hennes egen kanal mener hun at de refererer Dagbladet og VG for mye, og at TV2 praktisk talt setter sin dagsorden etter avisene. Dette mener hun er et feilgrep. Likevel tror hun TV2 har flere egensaker enn konkurrenten Dagsrevyen, som hun i tillegg synes er kjedelig. At Dagsrevyen likevel har flere seere tror hun skyldes vane. [Informant 2, TV2] "Alt dreier seg om konkurranse" sier en av informantene i TV2, og for TV2s del gjelder det å presse de etiske grensene og å kunne gå lengre enn konkurrentene. [Informant 1, TV2]

Denne informanten er ikke alene om å presisere viktigheten av egensaker, de aller fleste jeg snakket med trekker fram hvor viktig det er å ha sin egen dagsorden. Noen av kriteriene for å få fram gode egensaker er at de på forskjellig vis er oppsiktsvekkende og overraskende. [Informant 11, NRK] Om en bestemt sak i seg selv ikke er ny, vil det være om å gjøre å finne vinklinger som ingen andre har sett før for på den måten forsøke å gjøre saken til sin egen.

Å være den som klarer å sette dagsorden er altså tydelig forbundet med prestisje. Det å tilhøre en mediebedrift som har høy anseelse er nok gunstig for ens posisjon og anseelse i feltet. Samtidig gir det også anseelse for den journalisten som får fram en sak som blir fulgt opp i andre deler av pressen.

Etter å ha sett på hvem journalistene mener de setter dagsorden ovenfor, kan det være interessant å spørre seg *hva* de vil ha på dagsorden. Ser vi på hva journalistene har sagt om den ideelle journalisten kan man trekke den konklusjonen at det de selv gjerne vil sette på dagsorden er å avsløre overgrep, avdekke uverdige forhold og maktmisbruk (fra det offentlige) [Informant 3, TV2]

Høyst aktverdige mål vil man kunne si. Et problem er spørsmålet om i hvilken grad dette stemmer overens med terrenget, noe jeg ikke skal forsøke å besvare i denne oppgaven. I tillegg til at journalisten vil følge opp maktmisbruk og beskytte de svake i samfunnet, er det viktig å vise at nyhetssakene angår folk og at de engasjerer (sier NRK journalistene) eller underholder (sier TV2 journalistene). Det er ingen bakdel at saken man har fått satt på dagsorden inneholder overraskende poenger og at de tilfredsstiller nysgjerrigheten til folk. [Informant 8, NRK] En av TV2-journalistene kaller dette "åfaenisere", nemlig å kunne lage en nyhet som er slik at titteren vil kunne si "å faen, er det sånn det er!?" [Informant 4, TV2] Sakene man vil ha på dagsorden bør altså både være viktige og være egnet til å holde på seernes interesse.

Her er det viktig å huske på at det er snakk om typen saker som informantene gjerne *vil* sette på dagsorden, og ikke de sakene som faktisk blir prioritert. Det siste kan ikke denne undersøkelsen svare på, men det kan tenkes at beslutningene om hvilke typer nyheter som skal komme fram i nyhetssendingene til syvende og sist ikke blir tatt av journalistene. John McManus peker på dette i en artikkel fra 1997 der han skriver at journalister slett ikke er beslutningstakere, slik som man skulle tro ut i fra den journalistiske etikken, men tvert imot beslutningsmottakere. Dette fordi rammene som journalistene, inklusive hele nyhetsorganisasjonen i en gitt mediebedrift, jobber etter allerede er fastlagt av eiere og ledelse som har mål som går ut på å nå et størst mulig publikum, minimalisere kostnader samt unngå å plage annonsørene for mye. Nyhetene er med andre ord mer laget for å selge, enn for å informere og opplyse. [McManus 1997:5] Om det er slik at journalister er beslutningsmottakere tror jeg ikke dette forholdet er så langt framme i journalistenes bevissthet, og dermed blir det også tilnærmet umulig for dem å sette spørsmålstegn ved det. Man kan til dels si at det udiskutable ved en journals uavhengighet er et hinder for at journalistene skal kunne se de faktorene som er reelle trusler mot denne uavhengigheten. Den journalistiske

myten om den selvstendige journalisten er på dette viset en del av det journalistiske feltets doxa.

### *Bevisst maktutøvelse?*

Informantene var alle samstemte i at pressen har makt, og da kan man spørre seg om de mener at man utøver makt bevisst som journalist. I en hovedoppgave av Kjersti Thorbjørnsrud, der hun intervjuet journalister i Aftenposten, Dagbladet og VG om den såkalte Jagland-saken, avviser informantene totalt at avisene og journalistene hadde noen som helst skjult agenda, eller drev kampanjejournalistikk for å felle Thorbjørn Jagland som leder i Arbeiderpartiet. I stedet blir det sagt at saken omtrent kom naturlig av seg selv, og at man slett ikke hadde noe ønske om å påvirke sakens gang og at journalister faktisk er, ifølge Audun Solberg i VG, "mye mindre bevisste aktører enn mange tror." [Thorbjørnsrud 2001]

En av mine informanter svarte at de ikke bruker makten bevisst og at man ikke forsøker å favorisere noen, [Informant 7, NRK] men andre mente at man har et ønske om å påvirke og at man bruker den makten man har i pressen når man oppdager "urett", [Informant 8, NRK] "skjeve ting og urettferdigheter" [Informant 10, NRK] og når det er snakk om "groteske forhold" for eksempel på et aldershjem [Informant 11, NRK]. I slike tilfeller, der noen har vært ute for maktmisbruk, mener altså journalistene at de bruker sin makt med vitende og vilje for å påvirke politikere og stille dem til ansvar. Det er viktig at folk handler ut i fra nyhetssendingene, og at det man gjøre får konsekvenser. [Informant 10, NRK] Men likevel påvirker ikke pressen politikken bevisst, sier en av NRK-journalistene, og presiserer at man går inn for å fordele fokus og ikke fremme noen fås interesser, selv om "FrP har fått for mye pepper av og til." [Informant 7, TV2]

De færreste er vel uenige i at det er legitimt for pressen å forsøke å påvirke politikere og andre aktører når det er snakk om åpenbar urett. Likevel synes jeg det er litt påfallende at dette er de eneste tilfellene hvor journalistene mener de bruker sin makt bevisst og man får et inntrykk av at noen journalister har et naivt bilde av sin egen virksomhet. Man kan spørre seg om hvor stor motstandskraft disse journalistene har mot andre aktører, som PR-byråer, som bruker pressen så og si som et medium for å bearbeide et publikum. I hvilken grad blir en journalist lettere tilgjengelig for andre aktørers bruk og misbruk når de ikke kjenner sin

egen posisjon? Kanskje tar journalister det for gitt at de selv ikke utøver makt, for makten finnes jo etter deres syn hos andre, og at de heller ikke har noen interesse av å gjøre det.

En av informantene i NRK, som også jobber som vaktsjef, kom inn på begrepet den fjerde statsmakt og fastslo at dette er idealet for pressen, samtidig som pressen ikke skal ha rolle som aktør. Hun innrømmer likevel at pressen gjerne opptrer som aktør enten man vil eller ikke. [Informant 12, NRK] Her tror jeg man er inne på et tema som er vanskelig å forholde seg til for mange journalister, nemlig det at pressen selv kan være en maktfaktor som også kan misbruke sin makt, på lik linje med for eksempel staten og det offentlige. Det er nok et behagelig bilde å ha av seg selv at man så og si kjemper på vegne av seernes rettigheter i forhold til andre aktører i samfunnet, i motsetning til det å kun kjempe for seg selv. Her vil jeg si at forestillingen om å ha fått et slags mandat fra "folket" er ganske merkelig, for pressen har aldri blitt utpekt av "folket" til å ha en slik vaktbikkjerolle.

Konflikter er også et tema jeg fikk snakket med noen av informantene om, og dette ble sett på som "godt stoff". [Informant 13, TV2] Man søker hele tiden etter konflikter som man kan fremstille i nyhetene, [Informant 8, NRK] og av og til er det også mulig å lage konflikter gjennom for eksempel å sette folk opp mot hverandre. [Informant 3, TV2] Det å kunne konstruere, eller iallfall få en latent konflikt opp i dagen, kan man uten tvil kalle utøvelse av makt. Får to aktører framstilt forholdet seg imellom som en eller annen form for konflikt på riksdekkende fjernsyn, er det åpenbart at man har gått ganske langt i å framtinge handling fra disse aktørene. Dette fenomenet beskriver Martin Eide og Gudmund Hernes med det de kaller "triangelhypotesen." [Allern 2001:63]<sup>6</sup>

Til sist tror jeg det er viktig å fram at jeg ikke tror informantene ser på det som noe negativt at pressen har makt. Informantene kommer inn på at det er viktig å avsløre maktmisbruk og overgrep, og de mener at pressen bør bruke sin makt til å få de ansvarlige til å gjøre noe med disse forholdene. Slik sett er pressens makt i informantenes øyne positiv, siden den virker som et korrektiv til makthaverne. På den annen side er de sakene der man rapporterer om maktmisbruk høyst sannsynlig i mindretall blant alle nyhetssakene som strømmer ut fra pressen. Derfor skulle man tro ut fra det informantene sier om at det bare er unntaksvis at

---

6 Opprinnelig fra boken *Død og pine. Om massemedia og helsepolitikk*. [Eide & Hernes 1987:32]

journalister bruker den makten som pressen potensielt har. Det virker som om forestillingen og idealet om den nøytralt rapporterende journalist er ganske seiglivet innen det journalistiske feltet, og det er vel på høy tid at denne snodige ideen forsvinner. Blant annet kan den virke som et stort hinder for journalisters videre forståelse av sin egen posisjon, både i feltet og i forhold til resten av samfunnet.

### **Objektivitet**

Objektivitet er et interessant tema både i forhold til vitenskap, der det omtrent kan sees på som roten til vitenskapenes "problemer" (ikke minst i sosiologien), og i journalistikken, der man ser på dette som et slags faglig ideal i form av krav om balanse og forestillingen om at pressen skal fungere som et speil. Som Odd Raaum skriver: "Det journalistiske virkelighetsbildet kan altså sies å være preget av et enkelt, positivistisk kunnskapssyn." [Raaum 1999:175] I dette delkapitlet skal jeg se på noen perspektiver omkring journalistikk og objektivitet, og deretter se nærmere på hva informantene har å si om temaet.

En av grunnene til at objektivitet blir sett på som viktig og som et ideal kan være at det virker beskyttende for journalisten i forhold til kritikk. Om man kan påvise at man har brukt metoder for å sikre objektiviteten i det man har skrevet, kan man også i lys av dette lettere avvise eventuell kritikk. Slike teknikker kan være å presentere mer enn en parts syn i forhold til en sak (dvs. alternative kilder), finne relevant faktamateriale, sjekke med alternative kilder, samt det å skille journalistens kommentarer fra selve nyhetsrapporteringen. Objektivitetsteknikkene er et strategisk ritual som virker beskyttende for journalistene. Kan en journalist påvise at man har brukt det vi kan kalle vanlige journalistiske metoder, som blant annet vil innebære å benytte seg av metodene for å sikre objektivitet, har han/ hun altså i stor grad tilbakevist kritikken, iallfall i egne øyne. [Tuchman 1972]

En parallell til dette kan man kanskje se i bruken av Vær varsom-plakaten, som jo er en form for regelsamling i forhold til hva som er god og dårlig journalistikk. Den kan like gjerne brukes som en unnskyldning for slett journalistikk enn som et hjelpemiddel for kvalitetssikring når alt som ikke blir omtalt blir oppfattet som etisk journalistikk. Samtidig kan forestillingen om pressens objektivitet brukes som argument mot påstander om makt(mis)bruk fra pressens side. Kan man

påberope seg å ha vært objektiv gjennom å vise til de "grundige" journalistiske metodene man har benyttet seg av, vil man samtidig mene at man har vært nøytral, og dermed ikke en aktør i saken man rapporterer.

Ettersom vi kan se at ideen om objektivitet er viktig for journalister vil det være interessant å se hvor denne ideen historisk sett kommer fra. Dette skriver Michael Schudson om i boken *Discovering the News* hvor han blant annet viser at objektivitet ikke var noe man var opptatt av i amerikansk presse før i 1830-årene. Ifølge Schudson ble objektivitet først viktig gjennom de første nyhetsbyråene som vokste fram i kjølvannet av telegrafene, og da spesielt Associated Press (AP) som ble grunnlagt i 1848. Siden AP hadde klienter med vidt forskjellige politiske ståsteder ble man nødt til å sørge for at nyhetsproduktene bar preg av å være faktaorienterte for at de skulle være akseptable for et bredt spekter av klienter. Et av Schudsons viktigere poenger, som er i tråd med det som tidligere er sagt om Tuchman, er at man spesielt etter første verdenskrig begynte å miste troen på "rene fakta" blant annet på grunn av den omfattende bruken av statlig propaganda under krigen. Derfor begynte man i stedet å koble ideen om objektivitet fra å handle om fakta om verden til å handle om metodene man benyttet seg av under innsamlingen. Objektivitet sikres med andre ord gjennom fremgangsmåten. Dette synet er på sett og vis basert på en mistro for såkalte "harde fakta", fordi disse gjerne er preget av hvem som serverer dem. Benytter man seg av de rette metodene under innsamlingen kan man likevel sikre at fremstillingen blir sett på som objektiv. [Schudson 1978]

#### Journalister og objektivitet

Når det gjelder spørsmålet om i hvilken grad pressen er objektiv i sin fremstilling og valg av nyheter er det ganske god spennvidde blant de informantene som jeg har intervjuet. En av informantene i NRK mente at man forsøker å være et speil av samfunnet, og at man også klarer denne oppgaven ganske ofte i Dagsrevyen, selv om de er litt for konsentrert om Østlandsområdet. Grunnen til dette er alle de dyktige medarbeiderne i kanalen, som også sikrer at alle interesser i befolkningen fanges opp. [Informant 7, NRK] Denne informanten er med andre ord ikke i tvil om at man klarer å være objektiv som journalist, og at det at man er mange hjelper en i å nå dette målet. I kontrast til dette sier en av informantene i TV2 om samme tema:

Det finnes ikke noe som heter objektivitet i den bransjen her, det er helt umulig. [...] Det er et større problem at mange journalister tror de er objektive, at de ikke skjønner at det de gjør er prega av hvem de er. [...] [Informant 4, TV2]

Denne informanten har altså et helt motsatt syn. Pressen makter ikke å speile samfunnet, og han mener heller ikke at pressen er objektiv. Samtidig ser han en fare i at mange tror de er det. De aller fleste journalistene i denne undersøkelsen tror ikke det er mulig å være objektiv, selv om flere av informantene presiserer at man forsøker å være det. Objektivitet er altså et uoppnåelig mål og ideal som i deres hverdag ikke stemmer overens med terrenget. At de fleste av informantene er så klare på dette punktet er etter min mening positivt, likevel tror jeg forestillingen om objektivitet er en viktig del av journalistenes selvilde. Følgende bemerkning glapp for eksempel ut av en reporter i NRK etter at hun hadde konstatert at man ikke alltid kan klare å være objektiv: "Men tenk om folk skulle få den oppfatningen av at vi ikke er objektive!" [Informant 11, NRK] Her ser vi tydelig konflikten mellom hvordan journalistenes situasjon ifølge denne informanten er, hvordan hun vil at den skal være og hvordan publikum skal oppfatte den. Objektiv kan man ikke være, men det er like fullt en uting å bli tatt i å ikke være det! Dette kan man kalle en vrien situasjon.

Det kan til sist være verdt å nevne at i en holdningsundersøkelse blant medarbeidere i NRK og TV2 svarte 89 % i NRK at det var viktig eller svært viktig å formidle nyheter objektivt, mot 62 % i TV2. [Sand & Helland 1998:131] Jeg tror det er tvilsomt at den lavere prosentandelen i TV2 har å gjøre med et mer sofistikert syn på journalistisk objektivitet. Kanskje man heller kan si at det har å gjøre med en overdreven tro på slikt i NRK.

### **Hvem velger?**

De aller fleste av reporterne jeg intervjuet sier at det til syvende og sist er vaksjefene som velger hvilke saker som skal komme på luften. Vaksjefene har redaktøransvaret og har også ansvaret for at det blir en balansert blanding av nyheter som presenteres i sendingene. En informant sa for eksempel at det er opp til journalistene og selge sakene sine til vaksjefene. [Informant 11, NRK] Enkelte informanter føler at de har en svært fri stilling i forhold til hva de vil drive med, spesielt så lenge man har evnen til å komme fram med nye ideer. [Informant 4,



TV2] Journalistene i både TV2 og NRK følte at de har relativt gode muligheter til å velge sakene de jobber med, så lenge det var snakk om "god sak".

Vaktsjefen jeg intervjuet i NRK svarte bekreftende på at det er vaktsjefen som tar de endelige valgene, men samtidig at man forsøker å være i dialog med journalistene, blant annet gjennom å begrunne de valgene man gjøre når saker blir avvist. [Informant 12, NRK] I TV2 kan det virke som om vaktsjefen (i Oslo) har en litt annen rolle. Der blir valgene foretatt av reportasjelederne i de forskjellige avdelingene, og det er opp til vaktsjefen å sørge for at sakene blir ferdige i tide, og at de er riktig vinklet. Han presiserer også viktigheten av å ha en organisasjon og et nettverk som setter ting i gang. Også her er det verdt å ha i bakhodet McManus og journalisten som beslutningsmottaker. En vaktsjef, og reportasjelederne, tar riktignok beslutninger, men bare innenfor de rammene som er satt fra ledelsens og eierens side. [McManus 1997]

### **Diskusjon**

Diskuterer man journalistenes og pressens makt i redaksjonene i TV2 og NRK? I intervjuene kom det frem at pressens makt i samfunnet ikke i noen større grad diskuteres i redaksjonene. Det ble nevnt av noen informanter at dette kanskje var noe som foregikk i andre fora, som for eksempel i fagbladet *Journalisten* eller på SKUP konferansen (se *Forum for debatt på side 92*). Ut i fra intervjuene tror jeg at man kan konkludere med at selv om man ikke direkte diskuterer pressen makt, så snakker men likevel om sakenes innhold og hvordan de kan tenkes å påvirke publikum. En av informantene i NRK svarer slik på spørsmålet om de diskuterer makt i redaksjonen:

Ja det gjør vi, men da er det mer sånn fra sak til sak. Vi sitter ikke på redaksjonsmøtene og snakker generelt om mediemakt, men det er veldig oppe i konkrete saker, der vi kanskje er litt i tvil [...] diskuterer vi makt. [...] Vi diskuterer kanskje ikke så ofte hvordan [publikum] reagerer på [saker], men hvordan beslutningstakere kan komme til å reagere på det. [Informant 10, NRK]

Journalistene har jo som tidligere nevnt et ønske om å påvirke, spesielt når det gjelder å avdekke maktmisbruk, og diskusjoner om virkningene av enkelte nyhetsoppslag kan (med litt velvilje) oppfattes som en slags maktdiskusjon, om enn med andre ord.

En informant peker også på at man i redaksjonen ikke har tid til slike prinsipielle diskusjoner, og at de ikke hører hjemme i en redaksjonsmøtesetting. [Informant 11, NRK] Det er altså naturlig å regne med at det mangler gode anledninger til å diskutere slike problemstillinger, samtidig som at man rett og slett ikke kan finne tid. Tid er åpenbart en knapp ressurs blant journalister.

Om jeg skal tolke dette videre tror jeg man vil kunne si at mangel på tid og anledning til å reflektere og diskutere ens egen posisjon i samfunnet kanskje ikke er merkelig med tanke på journalistenes arbeidssituasjon. På den annen side er det påfallende at det ikke er mer av dette siden journalistenes uttalte mål er å avsløre maktmisbruk. Hvordan skal man kunne avsløre maktmisbruk fra pressens side når man ikke diskuterer dette temaet? Skal man avsløre makt tror jeg det er nødvendig å kjenne seg selv og sin posisjon i forhold til omgivelsene for i det hele tatt å kunne si noe av substans om den verden og det samfunnet man lever i. Dessuten er det heller ikke lett å gå i mot logikken i feltet, som man blir nødt til å gjøre, om man skal være kritisk til den gjeldende journalistiske praksis.

### ***Den lille mann***

Journalister sier gjerne at de vil verne de svake i samfunnet. Hvordan ser informantene på forholdet mellom dem som journalister og den såkalte "lille mann", eller "mannen i gata"? Dette er et interessant spørsmål å ta opp når man ser at informantene ser på det som en av sine viktigste oppgaver å beskytte de svake i samfunnet. Man kan tenke seg at den sosiale avstanden som eksisterer mellom de svake gruppene i samfunnet og journalister, som i våre dager stort sett ikke kan sies å leve i fattige kår og i tillegg har et ettertraktet yrke, kan stå i veien for en forståelse for de ønsker, vansker og behov som de svake (hvem nå enn det kan være) i samfunnet faktisk har. Ikke minst tror jeg man vil kunne si at journalister som jobber i NRK Dagsrevyen og TV2 nyhetene nyter en viss sosial anseelse.

Det kom fram litt forskjellige synspunkter på om det finnes en avstand, og om dette kan være et problem, fra informantene. En journalist i NRK sier det slik, og snakker da spesielt om forholdene innen NRK:

Det er en del som har nykker altså, så der må man passe seg. [...] Altså at du tror du er bedre enn noen andre, og det er jo den farligste fella man kan gå i. Hvis man går i den så kan en bare slutte. De som får de nykkene innser heller ikke at de må ta seg sammen. [...] Det jobber jeg

veldig mye med, å liksom holde kontakt og snakke med vanlige folk som liksom er helt nederst på rangstigen. [...] Særlig i TV har det tradisjonelt vært mye høy sigarføring her blant den eldre garde. [Informant 8, NRK]

Det er tydelig at han mener det er en del journalister som har problemer med det han kaller "høy sigarføring" og "nykker". Samtidig tror han at dette til dels er et generasjonsproblem siden det er de eldre journalistene som lider mest av dette. Derimot er den yngre generasjonen mye mer bevisst på å forstå og snakke med menneskene "der nede". Problemet med avstanden mellom den lille mann og journalisten vil med andre ord bli mindre etterhvert som den eldre garde forsvinner ut av bildet. Dette synes jeg kan være et tankekors med tanke på journalistene streben etter profesjonalisering som kan tolkes som et forsøk på øke sin sosiale status og betydning i samfunnet. Det må samtidig bety at den sosiale avstanden til de som har det dårligst stilt øker. Likevel vil det være søkt å si uten videre at forståelsen for de vanskeligstiltes behov da vil minke.

For informant 4 i TV2 forholder det seg annerledes. Han mener riktignok at avstanden kan være et problem, men for ham er det mer alvorlig at rekrutteringen til journalistyrket har blitt mer ensidig:

Det er en større fare dette her at du [...] er nødt til bare å ha seksere for å komme inn på det jævla journaliststudiet. Se på de eggheadsene som kommer ut derfra, de er på en måte så strømlinjeforma og flinke [...] og de er sånne strebere. De er så jævla flinke og dyktige at de har ihvertfall ikke noen kontakt med folk utafor [...] Før var det alt mulig som kom inn i journalistyrket. Jeg ville aldri ha kommet inn på journalisthøyskolen, og jeg har aldri søkt der heller, og mange flinke journalister ville aldri hatt kjangs til å komme inn der. [Informant 4, TV2]

Tidligere var det mer vanlig at mennesker begynte som journalister uten en formell utdannelse i journalistikk. Problemet for denne informanten er altså at de yngre journalistene er likere hverandre, og kanskje også for skolerte og dermed også mer ensprede. Han er også bekymret for at det er svært vanskelig å komme inn på en journalistutdanning i dag, og at dette vil føre med seg en skjev rekruttering inn i yrket. Her er vi inne på hvilke opptakskrav som skal gjelde innen journalistikken, og som kan føre til en ensretting blant journalister. Samtidig er fenomenet som denne informanten har observert et uttrykk for feltets (journalistikkens) streben etter å definere og klargjøre sine grenser. En utvikling som ikke skjer uten motstand.

Ikke alle informantene syntes problemstillingen var relevant, og en informant kjente hverken seg selv eller kollegene sine i NRK igjen i spørsmålet:

Det synes jeg er en litt søkt problemstilling fordi at da plasserer du Dagsrevyreporteren som et yrke. Altså det er en person der, og den personen har gjeld og lån og hus og barn i barnehage akkurat som alle andre. En journalist [...] er også et menneske som interesserer seg ut ifra akkurat de samme tingene som alle andre gjør. Jeg er allmennreporter, så for meg er problemstillingen din søkt, fordi at jeg møter alle mulige mennesker hele tida. Kanskje hvis du jobber i en spesialretning som ikke angår folk til daglig så voldsomt, jeg vet ikke. [Informant 7, NRK]

Denne informanten spurte jeg også om hun trodde det kunne være en fare for at journalister bare dekker de sakene som de har interesse for, samtidig som de ikke dekker de sakene som kanskje er av interesse for andre. Til dette svarte hun:

Men innimellom er du nødt til å dekke det du har null interesse for også. [...] [Alle saker] fanges opp [i NRK], tro meg. I huset her er det alltid en som har interesse for et eller annet. Innimellom går det oss helt hus forbi, men herregud, stort sett så virker det som vi får med oss veldig mye av det som skjer. [Informant 7, NRK]

Som vi tidligere har sett mener hun at journalistenes faglige dyktighet i NRK sikrer at de svakes interesser blir hørt, uansett om journalistyrket har en høy status i samfunnet eller ikke.

## **"Virkeligheten"**

I dette kapitlet skal jeg se på hvordan informantene ser på forskjellige sider ved sin virkelighet som journalister som er mer indirekte relatert til makt. Her vil jeg forsøke å gå utover det snevre maktbegrepet som ble diskutert tidligere i denne oppgaven, og ha et åpent blikk på hvordan journalistene som jeg intervjuet ser på forskjellige sider ved yrket sitt. Her vil det handle om prioritering av tid og ressursbruk, i hvilken grad fjernsynsnyhetene skal være underholdende, seertallenes innflytelse på journalistikken, osv. Skal man kunne si noe om maktforhold i et felt, vil det være essensielt å vite noe om hvordan de som beveger seg i feltet ser på sine omgivelser. Forhåpentligvis vil også jeg kunne få et glimt av hva som foregår i journalistenes verden, og gjennom dette iallfall ane noe av konturene i feltet.

### ***Tid og ressursbruk***

I dette underkapitlet skal jeg se nærmere på hva informantene sier om hvilken betydning tidspress og begrensede ressurser betyr for deres arbeidssituasjon. Jeg tror dette er relevant for denne oppgaven fordi og tid og ressurser har med prioritering og beslutninger å gjøre. Beslutninger om hva man skal bruke verdifull tid og begrensede ressurser til er resultat av maktforhold både internt i de forskjellige redaksjonene og gjennom relasjoner til eksterne aktører. Vaksjefer og redaktører vil naturlig nok bruke sin autoritet til å prioritere hvilke saker som det skal satses på. Annonsører vil også utøve et press på redaksjonen, selv om dette sannsynligvis skjer indirekte. De er nok ikke uten grunn at flere av journalistene i TV2 ser det som et mål å underholde. Som et produkt ovenfor annonsørene er nyhetsendingene i TV2 en viktig inntektskilde for kanalen, og sendingenes profil er utvilsomt utformet med salgbarheten i tankene. Ialffall bør man kunne si at salgbarheten har vært en av faktorene. Hva mener så journalistene om deres tid og ressursbruk?

Generelt kan man si at tid alltid er et problem for fjernsynsjournalister, man blir nødt til å prioritere bort saker og heller satse på de "gode sakene". Det samme gjelder også andre ressurser, slik som utgifter til reiser, kameramann, osv. Er det nødvendig å bruke mye penger for å kunne dekke en sak må man kunne argumentere for at saken er god. Og da kan man spørre seg hva man mener med en "god sak", og dette kommer jeg litt tilbake til på side 67 i kapitlet *Hva er en god sak*.

I NRK går det igjen blant informantene at det var bedre tider før og at det oppleves som vanskeligere å få dekket utgiftene til lengre reiser og eventuell overtid. Har man en god sak ute i distriktene, sender man gjerne denne over til det nærmeste distriktskontoret for å spare penger. Som en reporter i NRK formulerer det: "Alt som ikke skjer i Oslo koster penger." [Informant 11, NRK]

Også i TV2 opplever journalistene begrensninger i forhold til hva de kan gjøre. Knappheten på tid og ressurser oppleves som begrensende, men som en informant sier "[...] så har pengene rent inn i TV2." Reklameinntektene gjør at TV2 etter hans mening har ganske store ressurser til rådighet. I forbindelse med hendelsesnyheter slik som store ulykker blir det ikke spart på noen ting. [Informant 4, TV2]

### **Underholdning**

Her skal jeg se på i hvor stor grad journalistene mener TV-nyhetene skal være underholdende. I punkt 1.2 i Vær varsom-plakaten står det at "Pressen ivaretar viktige oppgaver som informasjon, debatt og samfunnskritikk." Dette forhindrer selvfølgelig ikke at pressen, inklusive nyhetsredaksjonene i fjernsynskanalene har andre målsetninger enn det som kommer fram i dette punktet. Er det noe i veien for at nyhetene kan være underholdende samtidig som den skal oppmuntre til samfunnsdebatt? La oss først se på hva informantene selv sier.

#### *TV2, underholdning og forenkling*

En informant i TV2 mener at nyhetene både skal opplyse og underholde, men at det kan bli lagt litt for mye vekt på underholdningsaspektet i TV2-nyhetene. Samtidig mener han at det er en holdning i kanalen at så lenge man lager "godt TV", så er ikke nyhetene så viktige. [Informant 2, TV2]

En annen informant sier at underholdning er nødvendig i nyhetene for at man skal nå fram, samtidig som han sier at den viktigste funksjonen til nyhetene er å fortelle folk at verden fortsatt er som før. Publikum har behov for å bli fortalt dette, og innholdet i nyhetene er forsåvidt mindre viktig. [Informant 4, TV2] De fleste mener at TV2 som organisasjon forsøker å gjøre nyhetene underholdende, men ikke alle av informantene går med på at dette er et mål i seg selv. To informanter mener det blir lagt for mye vekt på underholdning og at de selv er i mindretall i TV2 når det gjelder dette synet. [Informant 2 & 3, TV2] En TV2-journalist fortalte også at han hadde vært på kurs i fortellerteknikk og lært om det

han kalte "Hollywoodmodellen" og hvordan man kan sette folk inn i roller som helt og skurk på en dramaturgisk engasjerende måte. [Informant 3, TV2]

I tillegg til et slags "krav" om å underholde i TV2, gjør også fjernsynsnyhetenes format det nødvendig å forenkle måten man fremstiller saker på. Forenkling er i det hele tatt nødvendig for at en sak skal komme med i en sending når innslaget kanskje skal være så kort som ett minutt. En reporter i TV2 sier for eksempel at komplekse nyheter ikke kommer på TV, og at det spesielt er i utenriksnyhetene man forenkler for mye. [Informant 5, TV2] En annen mener at kravet om korte reportasjer begrenser hvor godt man kan formidle en sak og at dette kan gå på bekostning av kvaliteten i innslagene. [Informant 1, TV2]

Samtidig som en nyhet som enkeltsak godt kan være underholdende er det minst like viktig at sendingen som helhet passer sammen, og etter det jeg har forstått ut i fra informantene så er dette i hovedsak vaksjefenes oppgave. En journalist presiserer at det er viktig å holde på seerne, og for å prøve å få dette til er det viktig å servere smakebiter for å holde interessen oppe. [Informant 1, TV2] I TV2 blir dette viktig ikke minst med tanke på reklameinntektene.

At nyhetsendingene består av en miks er ingen nyhet, og heller ikke unikt for fjernsynet. Med en gang det er snakk om mer enn en sak, som det jo vanligvis er, har vi å gjøre med en sammensetning, eller en nyhetsmiks. En slik nyhetsmiks finner vi da selvfølgelig også i andre medier som aviser, tidsskrifter, radio og på Verdensveven. Det interessante i forhold til nyhetssammensetningen blir hva som er kriteriene for utvelgelsen. Dette er et tema for en hel hovedoppgave i seg selv og det faller litt utenfor denne oppgaven.

#### *NRK, underholdning og forenkling*

Journalistene som jeg intervjuet i NRK Dagsrevyen virket mer konsekvente på at det ikke var et mål for dem at nyhetene skal være underholdende. En NRK-journalist sier at det er et kjennetegn for en god nyhetssending at den er underholdende, uten at man dermed skal gå inn for å underholde, og at det som er viktig er å vinkle sakene på en slik måte at de *engasjerer* folk. [Informant 7, NRK] Dette ordet, engasjere, går igjen blant informantene mine i NRK og etter min oppfatning bruker de det på omtrent samme måte som journalistene i TV2 bruker ordet underholdning. Underholdning er ikke viktig i NRK, men nyhetene skal engasjere. Engasjement utelukker som kjent ikke underholdning, og dette høres ut

som en form for rettferdiggjørende omskrivning. NRK journalistene oppfatter talende nok også seg selv og Dagsrevyen som mer seriøse enn konkurrenten.

Når det gjelder forenkling er NRK journalistene samstemte med TV2, nyhetsendingenes format gjør det nødvendig å forenkle nyhetsinnslagene for at de i det hele tatt skal komme med. Årsaken til dette er også i NRK det korte tidsrommet en nyhet skal presses inn i. I NRK har man imidlertid satset på at enkelte innslag kan være lengre enn andre, og gjerne da med en ekspert i studio under sendingen som kan bidra med belysende kommentarer. Likevel mener en av informantene i NRK at: "Det blir veldig mye forenkling. [...] Vi må forenkle og samtidig holde deg innenfor sannheten. Det er den største utfordringen." Årsaken til dette er at det er så mye som skal klemmes inn i en sending og de enkelte innslagene at det er svært begrenset hvor mye man får sagt og vist. Av og til kan det også hende at innslag må redigeres så mye ned for å få plass at viktige poenger utelates. [Informant 8, NRK]

I forhold til nyhetsmiksen så virker det ut i fra informantenes uttalelser at forholdene i NRK og TV2 blir oppfattet omtrent likt. Sammensetningen av nyheter er viktig for helheten, og det er vaksjefens ansvar at ting passer sammen. En reporter mener journalistene har ganske mye å si når det gjelder hva som skal komme med, [Informant 8, NRK] men samtidig er det journalistens oppgave å kunne selge sakene sine. [Informant 11, NRK] Det gjelder altså å overbevise vaksjefene om at saken hører hjemme i nyhetssendingen. På den annen side er det også sannsynlig at man raskt lærer hvilke typer saker som går gjennom. En av informantene i TV2 kommenterer for eksempel at han vet godt hva som er en "TV2-nyhet", det vil si nyheter som "selger", som er underholdende og som gjerne har utstrakt bruk av dramatiske virkemidler. Dette hindrer ham i å jobbe med saker som han brenner for. [Informant 1, TV2]

Den forskjellige ordbruken som vi ser når journalistene i TV2 og NRK henholdsvis snakker om det å underholde og engasjere er et tegn på en mulig forskjell i prestisje. Det er mer gjevt og prestisjefyllt å drive med seriøs journalistikk i forhold til å formidle underholdningsstoff eller nyheter på en underholdende måte. Journalistene i TV2 sier rett ut at konkurrenten NRK blir sett på som mer seriøs, og i deres øyne kjedelig. Blant NRK journalistene som jeg har intervjuet blir TV2-nyhetene blant annet omtalt som mindre seriøse, og det sies at de til og med driver



med mye tull. [Informant 10, NRK] Jeg tror ikke jeg tolker det for langt ved å si at det blant mange journalister blir sett på som mer prestisjefylt på jobbe som journalist i NRK enn i TV2. På den annen side er det i det hele tatt gjevt å jobbe i en landsdekkende fjernsynskanal, uansett hvilken av de to kanalene det er snakk om.

Jan Fredrik Hovden skriver i en artikkel om hvilke indikatorer man kan se etter for å få en idé om verdien av den symbolske kapitalen i det journalistiske feltet. En slik indikator er de forskjellige prisene som man kan bli tildelt for journalistisk arbeid. Blant annet peker han på at de meste generelle prisene svært sjelden har blitt tildelt journalister som jobber med sport, i ukepressen eller i fagpressen. Såkalt seriøs journalistikk som bygger opp under bildet av den grundige, gravende og uavhengige journalisten er altså mer verdifullt enn den som har en mer åpenbar underholdningsvri. [Hovden 2001:109-110]

For så vidt er det interessant at journalistene i TV2 forsvarer at nyhetene til en viss grad bør være underholdende, selv om det ikke betyr at dette er prestisjefylt i feltet. Journalistene skal forsøke å oppfylle flere sett av forventninger, der eiernes målsetninger er et av dem. Dessuten er det ikke nødvendigvis konfliktfylt å forene forventningene fra det journalistiske og økonomiske feltet på denne måten. Kanskje er det slik at ideen om journalistens uavhengighet er så sterk at den "ufarliggjør" samspillet med det økonomiske feltet. En journalist *er* uavhengig per definisjon. Man gjør den jobben man er satt til å gjøre uten alvorlige motforestillinger, som i TV2 går ut på å generere seere for annonsørene. Ideologien om den hellige journalistiske uavhengighet er så sterk at det ikke blir sett på som noe problem at man materielt sett slett ikke er uavhengige. Troen på den redaksjonelle uavhengigheten gjør at man ser på seg selv som upåvirkelige i de beslutningene man selvfølgelig tar utelukkende på et journalistisk grunnlag.

Selv om TV2 har mer direkte økonomiske målsetninger for driften, kan man ikke si at dette ikke gjelder for NRK. Gjennom tilpasningen til konkurransen fra blant annet TV2, har de også tatt inn over seg noe av den samme *formen* selv om kanalens eksistensgrunnlag er forskjellig. Tilpasningen har også vært bevisst fra NRKs side i et aktivt forsøk på å holde seertallene så høye som mulig i forhold til konkurrentene. [Syvertsen 1997:42-43]

### *Mediedramaturgi*

I forbindelse med spørsmålet om underholdning og pressen kan det være interessant å titte på det Gudmund Hernes kaller mediedramaturgi. Dette begrepet er avledet fra et annet som han kalte medievri. Et av hovedpoengene i dette er de teknikkene som mediene bruker i et forsøk på å fange oppmerksomheten i et samfunn som flommer over av informasjon. De forskjellige grepene som man har tilgjengelig kan kort oppsummeres med noen stikkord: tilspissing, forenkling, polarisering, intensivering, konkretisering og personifisering. [Hernes 1984:44-45] Dette er jo litterære teknikker som lett får tankene over på litteratur av det litt lettere slaget. I tillegg ligger det i medievri at det ikke bare er pressen selv som kan utnytte disse teknikkene, andre aktører kan også utnytte akkurat de samme teknikkene for å fange pressens og journalistenes oppmerksomhet, og på denne måten distribuere synspunkter til et stort publikum.

Mediedramaturgi er utvidelse av medievribegrepet som tar opp måten pressen kan la saker gå som en føljetong i over lengre tid, og også ofte med de samme personene. Vi har med andre ord å gjøre med nyhetsformidling der man bevisst eller ubevisst bruker velkjente dramaturgiske grep. [Hernes 1984:48-49] Det er i og for seg interessant at medieføljetong kan oppstå helt av seg selv uten at noen har satt dem i gang med vilje, men det er mer interessant tror jeg at disse teknikkene kan brukes bevisst av både journalister og andre. Som vi har sett så en av informantene mine til og med at de (i TV2) hadde vært på kurs i fortellerteknikk, "Hollywoodmodellen" og hvordan man kan bruke helt /skurk bilder i journalistikken. Denne informanten mente for øvrig at det ikke er viktig at TV2-nyhetene skal være underholdende. [Informant 3, TV2] Medievriteknikkene og mediedramaturgi er virkemidler som brukes aktivt og bevisst av både journalistene selv og andre som har interesse av det.

Her kan man forestille seg flere problemer. Et er at andre aktører blir så flinke til å bruke disse grepene at det rett og slett går over hodet på journalistene. Man skal ikke ha mye fantasi for å forstå at det må være svært tiltrekkende å formidle en sak om den med minimale grep lar seg tilpasse måten journalister selv foretrekker å servere nyheter på, og med "måten" tenker jeg her på medievri og -dramaturgi. Det finnes mange aktører som kjenner det journalistiske feltet og de rette arbeidsmetodene vel så godt som journalistene selv, og som i tillegg vet å utnytte denne kunnskapen.

Et annet poeng er at saker som ikke passer inn dette skjemaet ikke like lett blir tatt opp av pressen, for eksempel fordi det ikke blir "godt TV". Saker som blir fremstilt som føljetonger fungerer kanskje også slik at de faktiske hendelsene etterhvert tilpasser seg måten de blir fremstilt på i mediene, som en form for vekselvirkning og selvoppfyllende profeti.

### **Hva er en god sak?**

Hva er en god sak for en journalist? En informant i TV2 sa at jo flere som er opptatt og engasjert av en sak, jo bedre er den, og nevner i neste åndedrett de interne prisene man har i TV2 for å premiere god journalistikk. [Informant 13, TV2] Dette tyder på at det ikke primært er stor oppslutning fra publikum og engasjement som er viktig, men heller kollegial anerkjennelse. Premiering kan sees på som et symbol for økt prestisje og samtidig som avkastning på den innsatsen man har lagt inn i spillet i det journalistiske feltet. Det samme kan forsåvidt også sies om eksterne priser, som for eksempel SKUP prisen.

Ellers tror jeg ikke det en journalist vil kalle en god sak nødvendigvis er identisk med det man skulle tro ut i fra det journalistiske idealene, det vil si avsløring av maktmisbruk. Jeg tror det ville vært et interessant prosjekt å se mer systematisk på hvilke saker som journalistene selv ser på som gode, og hvorvidt de stemmer overens med den idealiserte forestillingen om journalistikk. Et hint om hva som blir sett på som en god sak kan man få fra en kommentar fra en av informantene. Han trekker fram saker med overraskende poenger som spesielt ønskverdige, gjennom det han kaller "åfaenisering". [Informant 4, TV2] Det kan altså se ut til at det er de oppsiktsvekkende sakene, som får publikum og kolleger til å stoppe opp, som er mest ettertraktede.

### **Seertall**

I både NRK og TV2 legger journalistene relativt stor vekt på betydningen av seertall og seerbarometre, men årsaken til at høye seertall er viktig varierer. Det er mulig seertall kan være en ingrediens i maktbruk i fjernsynskanaler. For kommersielle kanaler kan seertall brukes som et pressmiddel for indirekte å tvinge en kanal til å forandre profil i en nyhetsending, om det skulle vise seg at publikumssegment og seertall ikke svarer til eiernes og annonsørenes forventninger. Det samme kan til dels også sies om NRK siden man tydelig har klare forventninger om å være store i fjernsynsnyhetsmarkedet. Forventninger

som kanskje oppfylles uten større motforestillinger blant journalistene, og uten at de blir nærmere reflektert over. Igjen kan dette være et tegn på journalisten som beslutningsmottaker. [McManus 1997]

#### *Seertall i NRK*

En årsak som det legges vekt på for å forklare at seertall er viktige er at de kan brukes til å måle kvalitet. Med andre ord vil enkelte journalister si at om man får høye seertall, så er det et tegn på anerkjennelse og at man gjør en god jobb. Dette kan tolkes dit hen at evnen til å appellere til et stort antall forskjellige mennesker på en gang er det samme som kvalitet. I tillegg mener en informant at synkende seertall på sikt kan føre til at kvaliteten på det man gjør går ned, fordi man da antakelig vil få færre ressurser å rutte med. [Informant 11, NRK]

Ved siden av å være en mulig måte å måle kvalitet blir det også påpekt at gode seertall rettferdiggjør TV-lisensen og at det gir trygghet i forhold til arbeidsplassen når man vet at Dagsrevyen har stor oppslutning. [Informant 10, NRK] Det vil være lettere for NRK å forsvare lisensinntektene om man klarer å holde stand mot konkurrentene. Det ble også sagt i et av intervjuene at man i NRK så det som viktig å være store, [Informant 12, NRK] og at man gjerne vil være best. [Informant 7, NRK] Jeg tror det er sannsynlig at journalistene i NRK, og sikkert også de andre ansatte, har dette i bakhodet. De føler at de er avhengige av at en majoritet i befolkningen ønsker et lisensfinansiert NRK, og at de derfor bør ha en høyest mulig andel av seerne. Forsvinner støtten for lisensfinansieringen, vil dette før eller siden få konsekvenser for inntektsgrunnlaget.

#### *Seertall i TV2*

I TV2 henger naturlig nok oppfattelsen av seertall enda sterkere sammen med inntektsgrunnlaget. TV2 er som kjent helt avhengig av reklameinntekter, og den eneste måten man kan lokke annonsører på i en fjernsynskanal er at noen ser på den. Derfor er det ikke en overraskelse når det i intervjuene kommer fram at seertall i TV2, ifølge informantene, henger nært sammen med at man har et produkt å selge til annonsørene, nemlig tilgangen til et stort publikum. En reporter mener for eksempel at fokus på seertall er spesielt viktig i TV2 fordi det er en reklamefinansiert kanal og at man på grunn av dette må konsentrere seg om hva folk bryr seg om. [Informant 5, TV2]

En annen reporter presiserer videre at TV2 skal selge reklame, fordi det er det kanalen lever av. [Informant 4, TV2] Nyhetsendinger på fjernsyn har potensial til høye seertall, og er derfor viktig for TV2, og kanskje også det viktigste produktet TV2 kan tilby mulige annonsører. Dette ser det ut til at journalistene i kanalen er klar over, og det ble også sagt i et intervju at det er de sakene som vaksjefene tror skaper oppslutning som blir prioritert. [Informant 3, TV2]

Trine Syvertsen peker i boken *Den store TV-krigen* på at konkurransen i blant fjernsynskanalene fører med seg en sterk fokusering på seertall i NRK. TV2 har som reklamefinansiert kanal av naturlige årsaker alltid lagt vekt på seertall, fordi dette henger direkte sammen med inntektsgrunnlaget i kanalen. I NRK derimot har man ikke den samme koblingen mellom antall seere og inntektene. Syvertsen mener at seerbarometre kanskje fungerer som en slag erstatning for et mer avansert system for tilbakemelding fra publikum. En utfordring for NRK, skriver Syvertsen, blir å finne metoder for på andre måter å finne ut hvilke behov publikum har. [Syvertsen 1997:226-227] Seerbarometre er en enkel, men grov måte, å måle reaksjoner på, og jeg tror man i NRK bør spørre seg om hva dette faktisk måler, og hvordan man kan finne andre måter å måle kvalitet på.

I TV2 er seerbarometre utvilsomt et nyttig instrument i forhold til å sikre inntektene fra annonsørene, og har en klar funksjon i en reklamefinansiert kanal. I NRK derimot tror jeg den brukes som en uklar, og kanskje uheldig, metode for å måle kvalitet. NRKs fortrinn er at det ikke burde være nødvendig å forsøke å selge et produkt, og dette fortrinnet kan kanskje minske gjennom konkurransen fjernsynsmarkedet. NRK har med andre ord blitt tvunget til å forholde seg til publikum på en bestemt måte gjennom TV2s eksistens. Dette er etter min mening til dels uheldig, og jeg tror NRK burde bli flinkere til å utnytte sin potensielt uavhengige stilling fra det markedet som TV2 er avhengig av. I forhold til NRK kan det hende at man faktisk undergraver legitimiteten til lisensfinansieringen når man tilpasser utformingen av nyhetssendingene, og tilbudet generelt, etter konkurrentene. Klarer ikke NRK å få det til å se ut som de er en ikkekommersiell fjernsynskanal, er det heller ikke noe stort poeng at man skal fortsette med lisensfinansiering av NRK.

Seertall er spesielt for NRK uklar måte å måle en sendings verdi på, uansett om det gjelder nyheter eller noe annet. I den grad man med TV2 nyhetene har andre

mål enn å selge reklame, tror jeg man kan si noe liknende her, iallfall så lenge man skal gjøre et forsøk på å leve opp til de journalistiske idealene, og det tror jeg at journalistene i TV2 gjerne vil. Man kan spørre seg hvor mye journalister reflekterer over hvordan fokuseringen på seertall kan ha innvirkning på hvordan man lever opp til de journalistiske idealene. Har seerbarometrene satt standarden for hva som er god journalistikk? Det er ikke godt å si i hvilken grad det er slik, men likevel må man kunne si at det finnes sterke elementer av en slik tankegang.

### **Annonsører**

Annonsørenes rolle for TV2 (og NRK) var ikke noe stort tema i intervjuene. Jeg skal likevel si noen ord om det som ble sagt om annonsører og annonseinntekter. Man kan i det minste tenke seg at annonsører har en potensiell makt over pressen siden store deler av den er avhengig av annonseinntekter for å overleve. Riktignok er det viktig for avis- og fjernsynsredaksjoner å presisere at de er helt uavhengige i forhold til den som holder dem i live, men jeg tror det er ganske åpenbart at både utforming og utvalg bærer preg av at man i tillegg til å publisere nyheter har et produkt å selge, som for pressen er oppmerksomhet fra publikum. TV2 vil for eksempel være avhengig av at de henvender seg til et publikum som annonsørene finner det attraktivt å annonsere for.

### **TV2**

Jeg tror det vil være uriktig å si at annonsører har noen direkte makt over nyhetene i TV2, men likevel er det ikke urimelig å si at de har en form for innflytelse på nyhetssendingenes form og utvalget av saker som tas opp i TV2. Dette er også på linje med hva flere av informantene i TV2 sier. Sendingene lages for å være attraktive for annonsører, samt for å passe på at seerne ikke "zapper". I tillegg vet både journalister, redaktører og vaksjefer i TV2 at kanalen skal selge reklame, og det er sannsynlig at dette indirekte påvirker utvalget og måten nyhetssaker presenteres på. Journalistene i TV2 vet hvilken målgruppe man skal satse på (de unge) og hvorfor man satser på dem (de unge danner kjøpemønstre). [Informant 4, TV2] Jeg kan ikke ut i fra intervjuene si at journalistene ser noen motsetning mellom det å være journalist og jobbe i en kommersiell fjernsynskanal, noe som jeg heller ikke hadde ventet.

## NRK

Konkurrenten NRK er ikke reklamefinansiert, men har likevel tilpasset og nærmet seg konkurrentene i form og innhold, selv om det fortsatt er forskjeller. [Syvertsen 1997:231-233] Man kan derfor si at NRK har latt seg prege av annonsører gjennom deres innflytelse på konkurrentene, selv om det selvsagt vil være søkt å si at det er snakk om noen form for maktutøvelse fra annonsørers side. En av informantene i NRK synes at det taler til kanalens fortrinn at den ikke trenger å selge noen ting, og at dette gir kanalen mer troverdighet. [Informant 10, NRK]. En annen av reporterne i NRK tror derimot ikke at det betyr noe for forskjellen mellom TV2 og NRK at den ene er reklamefinansiert og den andre lisensfinansiert. [Informant 7, NRK] Det kommer altså fram forskjellige syn på hvilken betydning reklamefinansieringen har for nyhetsendingene, og noen journalister i NRK betrakter fraværet av annonsører som en støtte for deres journalistiske integritet, fordi de ikke har noe produkt å selge.

## Konkurrentene

En av hensiktene med å intervju journalister fra to forskjellige fjernsynskanaler som er hverandres hovedkonkurrenter er å sammenligne svarene fra journalistene i de to kanalene. Spesielt interessant synes jeg det er å se hvordan de ser på på seg selv i forhold til konkurrenten.

## NRK om TV2

Blant journalistene i Dagsrevyen som jeg intervjuet var det en ganske klar holdning av at de oppfattet seg selv og Dagsrevyen som mer seriøse enn konkurrenten TV2 nyhetene. Selv om man mener at de to har blitt likere hverandre, blir TV2 nyhetene likevel oppfattet som mer tabloid.

Hvis vi skal snakke generelt om det så er det vel det at vi ikke er fullt så folkelige kanskje. Vi er nok litt mer såkalt seriøse. [...] Jeg synes at journalistikken i Dagsrevyen er mer vesentlig. [...] Det er på en måte viktigere problem som er tatt opp til belysning [i Dagsrevyen]. Jeg synes at TV2 driver med mye tull, mye som ikke er så veldig samfunnsviktig, men mer underholdende. [Informant 10, NRK]

Hovedgrunnen til forskjellen mener denne informanten er at konkurrenten er nødt til å selge nyhetene sine.

Om det er noe som TV2 er flinkere til, så ble det sagt at dette spesielt gjelder kriminalsaker, [Informant 8, NRK] noe som også enkelte av TV2 journalistene

presiserer har vært et satsingsområde. Men det er tydelig at informantene i NRK ser det som et fortrinn at de bruker lengre tid på hovedsakene sine, og at de tillegg bruker eksperter i studio til å kommentere enkelte saker.

#### *TV2 om NRK*

Det kan se ut til at også journalistene i TV2 oppfatter NRK som den mer seriøse av de to kanalenes nyhetsendringer. NRK blir for eksempel sett på som mer seriøs og tung, men er samtidig mer kjedelige og har få egne saker. Grunnen til at Dagsrevyen til tross for dette har flere seere skyldes rett og slett vane i befolkningen. [Informant 2, TV2] Som TV2s fortrinn i forhold til konkurrenten trekker man fram bruken korte og kjappe reportasjer, at man forsøker å legge opp til følelser, samt at man legger vekt på å gjøre ting annerledes enn konkurrenten. Det ble påpekt i et intervju at man bevisst forsøker å presse etiske grenser for hva som går an å vise på nyhetene i fjernsynet. [Informant 1, TV2] TV2s fortrinn er underholdning, forenkling og en sterk satsing på kriminalstoff. At man har gått inn for å satse på kriminalsaker ble ikke nødvendigvis sett på som positivt, og en TV2 journalist mente man hadde gått for langt. [Informant 3, TV2] Informantene i TV2 oppfatter det slik at man forsøker å holde en annen profil enn hovedkonkurrenten. Likevel er man i tvil om man får det helt til, og det pekes på at det er påfallende hvor ofte de to kanalene har de samme sakene. [Informant 4, TV2]

Jeg synes det er interessant at når det er snakk om hvem som er den mest seriøse av de to kanalene, så er det NRK som går av med seieren, både blant NRK og TV2 journalistene. Samtidig er det en tilsvarende enighet om at TV2 er mest "tabloid" og "folkelig". Selv om TV2 journalistene har som mål å lage nyhetssendinger som er mer fengende og underholdende enn Dagsrevyen, tror jeg likevel det oppstår en konflikt mellom det å leve opp til de journalistiske idealene og hvor langt man kan gå med å forenkle og underholde. Det kom fram blant noen av journalistene i TV2 at det finnes motforestillinger mot hvor langt man bør gå med forenkling og underholdning, også at man kanskje allerede har gått for langt. Flere av informantene i både NRK og TV2 så på NRKs "seriøsitet" som en av årsakene til at NRK fortsatt har flere seere. Et ønske om bli mer seriøse og mindre "folkelige" kan ha sin årsak i at man forsøker å oppnå høyere seertall og dermed økte annonseinntekter, og ikke nødvendigvis i et ønske om bedre journalistikk i henhold til journalistikkens idealer. Et eventuelt ønske om å drive seriøs



journalistikk kan altså forsvares ut i fra at det fremmer ens muligheter i forhold til konkurrentene.

I forbindelse med at det her er snakk om journalistene i NRK og TV2 sitt syn på hverandre, kan det være interessant å se på hvordan de blir sett på utenfra. Sigurd Allern har satt opp en figur over hvilke medier som blir prioritert av toppolitikere på Stortinget. I denne havner NRK Dagsrevyen på toppen, etterfulgt av TV2-nyhetene og NRK Dagsnytt. De to store fjernsynskanalene blir, sammen med NRK Dagsnytt, altså sett på som de viktigste, med Dagsrevyen på toppen. [Allern 2001:280]

## **Publikum**

Etter å ha drevet med denne oppgaven en stund begynte jeg å lure på hvem Dagsrevyen og TV2 nyhetene egentlig henvender seg til. Hvem er det journalistene tror de setter sammen sendingene sine for, og hvilke forventninger tror de publikum har? Er det noen forskjell mellom NRK og TV2?

### ***Produksjonslogikker***

For å belyse dette spørsmålet vil det være nyttig å se på et par modeller som beskriver to forskjellige idealtypiske former for produksjonslogikk som kan gjelde for fjernsynskanaler. Den ene er dominert av det vi kan kalle konkurranselogikk, og det vil være naturlig å bruke modellen for å beskrive kanaler som er finansiert med reklame. I kontrast til dette kan man beskrive produksjonslogikken i kanaler som er finansiert ved hjelp av lisensinntekter som en form for monopollogikk. Mellom disse to logikkene kan man forvente å finne en stor forskjell i måten man forholder seg til publikum. I en konkurranselogikk går hele virksomheten ut i fra å definere publikums interesser i forsøk på å maksimere inntektene fra reklamesalg. Vi kan derfor regne med at kunnskap om publikum blir svært viktig i en kanal som er dominert av en konkurranselogikk. Programprodusentens rolle blir her helt underordnet kravet om maksimal avkastning, og planleggingen av sendingene vil ta utgangspunkt i dette. I en monopollogikk er det ikke publikum som i første rekke danner fokus, men derimot vil programprodusentene konsentrere seg om programmer som de selv synes er riktig å lage ut i fra en personlig vurdering om hva publikum kan ha interesse av å se. Man har ofte klare ideer om hvem man ønsker å nå, men den faktiske kunnskapen om publikum er begrenset. [Syvertsen 1994:65-67]

De to produksjonslogikkene som er skissert ovenfor kan kan godt brukes som et utgangspunkt til å se på hvordan journalistene i denne undersøkelsen ser på sitt publikum i de to kanalene. I utgangspunktet kan man regne med at TV2 som reklamefinansiert kanal er dominert av en konkurranselogikk, og at NRK preges av en monopollogikk siden den er finansiert av lisensinntekter.

## **TV2**

For TV2s del ser det ut til at målgruppen, slik som informantene ser ut til å oppleve den, omtrent sammenfaller med målgruppen til kanalens kunder, som er annonsørene. Dette er jo naturlig med tanke på at det et spørsmål om å være eller

ikke være for en kommersiell fjernsynskanal som har et eneste produkt å tilby, nemlig det publikum som annonsørene ønsker å nå. Målgruppen til TV2 har dermed vært de unge, siden de har blitt sett på som den gruppen som er mest kjøpesterke og danner fremtidens kjøpemønstre. Informant 4 i TV2 er som vi har sett tidligere helt klar på dette punktet og det samme synspunktet kommer fram i intervjuet med en av vaktsjefene i TV2. [Informant 13, TV2] mens en annen sier at TV2 rett og slett skal nå det han kaller "massene," et uttrykk som er relativt uklart. [Informant 1, TV2] For hvem er nå det?

En annen pekepinn på hvem journalistene i TV2 mener man henvender seg til finner vi i en kommentar der TV2 nyhetenes publikum blir beskrevet som "Nils i sofaen". Samtidig mener denne informanten at man gjennom fokuseringen på å treffe denne "Nils i sofaen" at kanalen undervurder sitt publikum, og at kanalen i det hele tatt lager for mye "fjåsenyheter". [Informant 1, TV2] Den vurderingen som er gjort i utformingen av TV2-nyhetene har naturlig nok utgangspunkt i det publikum man ønsker å nå med nyhetssendingene, slik at disse skal være mest mulig attraktive for annonsører. Denne informanten har en noe negativ holdning til det publikum som ledelsen i kanalen forsøker å rette nyhetssendingene inn mot. Her ser det ut til at den kommersielle logikken i TV2 møter motstand i form av en av kanalens journalister. At TV2 kanskje går for langt i å forenkle nyhetene, går igjen hos andre informanter i TV2, og dette har nok sammenheng med det publikum man forsøker å nå. Samtidig kan dette være et uttrykk for at de enkelte journalistene har relativt lite å si når det gjelder utformingen av nyhetssendingene. Formen og typen innhold bestemmes av andre enn reporterne, og jeg tror jeg kan ane en viss frustrasjon over dette. Det kan også hende at man er i nærheten av en grense av hvor langt man kan tøyne en sammenføyning av journalistiske idealer og en kommersiell tankegang. Det tyder på at man i journalistenes øyene kan gå for langt i å tilpasse nyhetsendingene til annonsørenes og ledelsens ønsker. Her kan man se for seg posisjoner i et hierarki der reporterne, dvs de som produserer nyhetene, er relativt underordnet når det gjelder å utforme retningslinjene for nyhetssendingene, og dermed også hvilket publikum man skal satse på. Nyhetsredaksjonen i stor grad er underordnet de kommersielle kravene som ledelsen i kanalen stiller, iallfall når det gjelder nyhetsendingenes form og typen nyheter man velger å ha, innenfor de rammene av den journalistiske etikken. Grunnen til at denne underordningen ikke blir sett på

som et større problem kan være at hele problemstillingen med økonomisk avhengighet av eiere og annonsører ikke er noe tema. En økonomisk markedstankegang er så og si sammensmeltet med de etiske retningslinjene, og de eventuelle motsetningene har blitt utvisket. Se forøvrig illustrasjonen på side 12. [McManus 1994:57-84]

Informantene oppfatter det også slik at man i stor grad har satset på et ungt publikum, men dette betyr ikke at informantene i TV2 synes at dette er riktig. En av journalistene synes at TV2 burde satse på et eldre publikum med den begrunnelsen at disse sannsynligvis har den største kjøpekraften, og som derfor vil være mer attraktive for potensielle annonsører. [Informant 4, TV2] Her er det interessant å merke seg at informanten ikke synes at satsingen på et ungt publikum er feil ut i fra et journalistisk synspunkt, men at det tvert imot er feil ut i fra kommersielle hensyn. Publikum blir til en viss grad definert som en vare, og det viktigste for TV2 er å levere en vare med den rette kvaliteten. Men andre ord, et publikum med størst mulig kjøpekraft.

Jeg tror jeg vil konkludere med at informantene i TV2 har et syn på publikum som samsvarer med det ledelsen i selskapet har, og at informantene mener at man når det publikumet man har satset på å nå. Likevel sier noen informanter at man har en tendens i TV2 til å undervurdere seerne, men også at man har satset på feil publikumssegment. Begrunnelsen for dette er at gruppen fra femti og oppover kanskje har større kjøpekraft, og dermed kan generere mer reklameinntekter. Samtidig savner man respons fra publikum på om hva de egentlig synes om nyhetssendingene.

## **NRK**

Informantene fra NRK ser ikke ut til å ha noen bestemt formening om hvem som tilhører Dagsrevyens målgruppe.

Jeg vil si alle fra ungdomskolealder og oppover er målgruppen egentlig. Så vet man jo at det er veldig mange eldre seere som ser på Dagsrevyen [...] [Informant 11, NRK]

Som vi ser vil informanten gjerne nå "alle", men konstaterer at NRK sannsynligvis har en overvekt av eldre seere. En annen NRK-journalist tror Dagsrevyen er spesielt rettet mot de på 50-60 år og oppover, men at dette er i ferd med å endre seg. [Informant 8, NRK] Vaktsjefen jeg intervjuet i NRK påpekte at man ønsker er

bredest mulig publikum og at sakene man tar opp bør ha allmenn interesse. Smale saker bare angår en liten gruppe spesielt interesserte er ikke ideelle. [Informant 12, NRK]

På en måte virker det naturlig at Dagsrevyen ikke har noen spesielt godt definert målgruppe. Det er snakk om den viktigste nyhetsendingen til NRK, som jo skal være en allmennkringkaster, og da ville det virke litt merkelig om man for eksempel satset hardt på et smalt publikumssegment i aldersgruppen 20-30 år. Likevel er det et tankekors at journalistene jeg spurte om dette vet så lite som seerne sine, utover at seermassen muligens har en hovedvekt på mennesker på over 50 år. NRK journalistenes kunnskaper om Dagsrevyens målgruppe passer relativt godt sammen med modellen om monopollogikk. Det er mindre viktig med en detaljert kunnskap om publikum når man ikke er avhengig av reklameinntekter, selv om dette ellers i NRK har endret seg i samspill med konkurransen fra de kommersielle aktørene.

Det er åpenbart at journalister potensielt sett har makt, men så lenge man ikke har noen klar idé over hvem man henvender seg til kan det ikke være snakk om en særskilt målrettet og presis form for maktutøvelse. Kanskje er det heller slik at pressens makt består mer av en form for forventning om at pressen har makt over publikum. Med dette mener jeg at pressen, samt aktører som forsøker å bruke pressen, har makt på den måten at det å få et forhold brakt fram for offentligheten, gjennom for eksempel fjernsynet, blir oppfattet som virkningsfullt uten at det faktisk har noen effekt på hva folk mener om dette forholdet eller ikke. Man kan med andre ord si at om man definerer pressens makt over publikum som virkelig, blir den virkelig i sine konsekvenser. Et tenkelig eksempel vil være at pressen setter søkelys på noe man oppfatter som maktmisbruk. Aktøren som man mener har utøvet maktmisbruket vil høyst sannsynlig handle ut i fra forestillingen om at befolkningen og andre aktører, pga. pressens makt over disse, vil være mindre vennlig innstilt i forhold til aktøren på grunn av fokuseringen i pressen. Slik kan pressen få den maktmisbrukende aktøren til å endre handlingsmåte fordi aktøren tror pressen har reell innflytelse på publikum.

### ***Publikums motstandskraft***

Den kritiske journalistikken har uten tvil vært viktig for utviklingen av demokratiet og for et høyere kunnskapsnivå i befolkningen. Samtidig har det blitt

pekt på at siden befolkningen har fått et stadig høyere utdanningsnivå, blir det samtidig vanskeligere for journalister å levere stoff som tilfredsstiller dette publikumet. Forståelsen av samfunnet som kommer fram i pressen blir for enkel, og de journalistiske metodene som man blant annet kan se i mediedramaturgien strekker ikke lenger til. I den journalistiske etikken finner man en sterk fokusering på avsløring av maktmisbruk, men samfunnet vi lever i her i Norden har utviklet seg slik at forekomsten av grov maktmisbruk og korrupsjon er forholdsvis liten i forhold til mange andre deler av verden. En utvikling som pressen kan ta sin del av æren for. På grunn av denne utviklingen er det også nødvendig å konsentrere seg om noe mer enn kun avsløring av maktmisbruk, nemlig en forståelse av hvordan man skal kunne orientere seg og forstå det kompliserte moderne samfunnet. Spørsmålet er om pressen har så mye å bidra med. [Petersson 1994:33-34]

En beslektet kommentar til dette finner man i en artikkel i *Samtiden* av Hans Magnus Enzensberger der han påstår at pressens makt over publikum må være sterkt overdrevet når man kan se at folk tross alt ikke har blitt fordummet av pressen som han mener for en stor del holder en begredelig kvalitet. Dette skriver han i sammenheng med en gjennomgang av seks norske dagsaviser i løpet av en måned. Enzensberger tror årsaken til at befolkningen likevel ikke har blitt rammet hardere blant annet skyldes det høye utdanningsnivået i Norge som forsikrer at man tross alt har et relativt solid fundament for forståelse av samfunnet og verden man lever i på tross av pressens kvalitet. [Enzensberger 2002:12]

Et spørsmål er om pressens produkter er noe man oppsøker for opplysningen og kunnskapens skyld, eller om de heller brukes til adspredelse og underholdning. Prosessene som ligger bak hvordan publikum påvirkes av mediene, og mediene av publikum er svært kompliserte, og jeg skal selvfølgelig ikke dra noen bastante konklusjoner om det temaet i denne oppgaven. Når det gjelder hva publikum lærer av pressen og mediene så er det klart at kunnskap om samfunnet som kjent er noe som kan plukkes opp andre steder, blant annet gjennom (høyere) utdanning, og det er mulig at pressen har vanskelig for å lage en sofistikert framstilling av samfunnet, spesielt med de tradisjonelle journalistiske virkemidlene slik man finner dem fremstilt i begrepet medievri. Mennesker søker samfunnsforståelse, og om pressen ikke kan tilby denne forståelsen blir man nødt til å henvende seg til

andre kilder. Dette betyr selvfølgelig ikke at pressen skal gi opp idealet som en overvåker og kritiker. Utfordringen blir å kunne tilby sofistikert samfunnsforståelse i tillegg til tradisjonelt journalistisk stoff. En mulighet man kan benytte seg av er å alliere seg med andre felt, slik som forskermiljøer, uten at man tvinger disse med seg på det journalistiske feltets premisser, og selvfølgelig uten å gi slipp på den journalistiske integriteten. Alt trenger nemlig ikke gå igjennom et journalistisk filter. Kanskje betyr dette at akademikere og forskere bør engasjere seg mer i forhold til pressen, under forutsetningen at de ikke underkaster seg logikken i det journalistiske feltet. Likevel er det selvfølgelig viktig at journalister forsøker å holde fast på sin uavhengighet, eller forsøke å oppnå den etter som man ser det, samtidig som man bør innse at det er viktig for andre felt å holde på sin.

Til sist i dette kapitlet er det bare å minne om at det slett ikke er sikkert at publikum er så mottakelige og lettpåvirkelige som man gjerne vil ha det til. Som Baudrillard skriver er det mulig at "[...] man [har] glemt at *massene er et medium sterkere enn alle massemedier*, at det er de som innhyller og absorberer mediene- eller i det minste at mediene ikke har noen forrang framfor massene, like lite som omvendt."<sup>7</sup> [Baudrillard 1991:38]

---

7 Utheving i originalteksten

## Kildene

Skal man diskutere journalister og temaer som har med makt å gjøre kommer man ikke uten om kildene og pressens forhold til dem fordi kildene ganske direkte har å gjøre med innholdet i pressens produkter. Å drive journalistikk betyr at man må forholde seg til rekke forskjellige typer kilder, og derfor er det heller ikke likegyldig hvordan man forholder seg til dem. Jeg skal begynne dette kapitlet med å se på en del betraktninger om forholdet mellom journalister og kilder. Deretter tar jeg en titt på hva Vær varsom-plakaten sier om dette temaet. Til sist vil jeg gå gjennom informantenes forhold til kildene.

### *Journalisten som medium og medievidning*

Man kan spørre seg hvem som bestemmer hva som skal fremstilles i mediene. Er det journalistene selv, eller er det kanskje kildene deres som trekker i trådene? Per Olav Reinton skriver i artikkelen *Kildenes tyranni* i Nytt Norsk Tidsskrift om hvordan journalistene kommer i et slikt avhengighetsforhold til sine kilder at makten over det som skrives praktisk talt glipper ut av journalistenes hender. Pressen er jo avhengig av å få sin informasjon fra et eller annet sted, og dette vil da gjerne være personer som har tilknytning til forskjellige felt som pressen mener kan være av interesse for publikum. Gode kilder er svært verdifulle for en journalist og har man fått fatt i en kunnskapsrik og informativ kilde, vil man kunne strekke seg langt for ikke å støte fra seg denne eventuelle gullgruven av godt stoff. Situasjonen av dette kan bli at hensynet til kilden får stor innflytelse over innholdet når journalisten skal skrive sin artikkel, spesielt om journalisten ønsker å bevare forholdet til kilden for senere bruk. I dette perspektivet kan man tolke journalisten som et slags offer for sin kunnskaps brønn. Journalisten blir med andre ord et medium som kildene uttrykker seg gjennom, og Reinton mener journalistene må ta seg sammen for å redde sin uavhengighet. [Reinton 1984]

Som et svar på denne artikkelen skriver Eide og Rasmussen i samme tidsskrift at man ikke bare kan snakke om kildenes tyranni, men at man tvert imot må se kildenes tyranni i sammenheng med det Gudmund Hernes har kalt medievidri. Begge deler kan være trekk man finner når man studerer pressen. [Eide og Rasmussen 1985] Kildene kan være like mye mediestrateger som journalistene selv, i den grad de kan påvirke medienes form og innhold, og derigjennom også påvirke medievidningen. Medievidning innebærer som nevnt tidligere et sett med teknikker man bruker i pressen for å tiltrekke oppmerksomhet. [Hernes



1984:44-45] Teknikkene er noe pressen selv benytter for å skape oppmerksomhet, men er også noe kildene kan benytte (eller bli tvunget til å benytte seg av) for å komme fram i mediene. Et poeng hos Eide og Rasmussen er at det ikke kun er "politiske grupperinger og aksjonsgrupper" som kan utnytte medievriddningen for å få gjennom sine saker i mediene, men at det i like stor grad er de institusjonelle elitene som bruker pressen for å iscenesette dramaet som tjener deres interesser [Eide og Rasmussen 1985:38]

Gudmund Hernes begrep om mediedramaturgi er også interessant i forhold til hvordan enkelte kilder kan gjøre bruk av pressen. Mange av sakene som blir tatt opp bærer preg av å vare over lengre tid, og spilles i tillegg ofte frem og tilbake mellom forskjellige medieaktører. Sakene blir til en serie med innslag og artikler som selv om det har utgangspunkt i en konkret hendelse likevel spinner videre på et bestemt tema. Mediedramaene kan ifølge Hernes ofte bære preg av å ha en handling og oppbygning på lik linje med en fortelling eller et eventyr. Det er heller ikke sikkert at publikum eller journalistene alltid er seg bevisst det dramaturgiske aspektet i slike serier av saker, men han påpeker samtidig at dramaturgi kan brukes strategisk av mediene og/ eller av andre aktører gjennom mediene. [Hernes 1984:48-49]

Et annet svar på artikkelen til Reinton ble skrevet av Hans Skjervheim der han begynner med å kommentere "den triste utviklinga i norske media i løpet av dei siste åra." Skjervheim mener at mye av pressen har glidd ut til å fare med "dill" i for stor grad, og er i det hele tatt skuffet over kvaliteten. Han peker på at det ikke bare er i de offentlige personenes interesse at de får presentert synspunktene sine på en skikkelig måte. Den samme interessen har publikum. Dette er god journalistikk skriver han, og mener at journalisten kan komme med sine kommentarer i en egen avdeling om de mener det er nødvendig. Blir det en maktkamp mellom kildene og journalistene ender det opp i "mobbejournalistikk". Det største ankepunktet til Skjervheim er at fokuseringen på kildenes tyranni kan brukes til å eliminere kritikken av media fordi når pressen ikke vet hva den gjør, og samtidig blir fratatt ansvaret for egne handlinger, kan den heller ikke klandres for dette. [Skjervheim 1985:85]

Når Skjervheim skriver at pressen farer med dill tro jeg det største ankepunktet hans er at de etter hans mening ikke lenger makter eller vil referere synspunktene

til offentlige personer, som for eksempel politikere, slik at leserne kan få innsyn i iallfall noe av det som foregår av blant annet politisk debatt i samfunnet. "Mediedillet" slører derimot bildet til for det offentlige livet. Når pressen plasserer politikere inn i konstruerte dramatiske roller for å live opp journalistikken gjør man alle parter en bjørnetjeneste. Det tyder på en merkelig, og jeg vil nesten si arrogant, holdning til publikum fra medienes side, som om publikum ikke skulle være i stand til å begripe noe som helst uten at stoffet får en "lettfattelig" dramaturgisk innpakning.

### ***Kildetyper og kilderelasjoner***

Sigurd Allern skiller mellom tre forskjellige hovedtyper av kilder: For det første har man profesjonelle kildeorganisasjoner som har egne avdelinger og spesialister til å ta av seg forholdet til pressen og mediene. Blant disse finner man også PR-byråene, det vil si firmaer som tar på seg å håndtere dette forholdet mot betaling. For det andre finner vi organisasjoner som ikke har noen egen informasjonavdeling eller et profesjonelt PR-apparat. Til sist har vi enkeltpersoner som kan ha spesielle kunnskaper om saker som er i nyhetsbildet (ekspertvitner) eller personer som har tatt kontakt med pressen for å få dem til å ta opp en særskilt sak. [Allern 1997:40] Blant disse forskjellige kildetyperne er det naturlig å tro at de som har den største potensielle muligheten til å manipulere mediene faller sammen med den første gruppen i og med at det sannsynligvis er de som bruker mest ressurser på å forholde seg til mediene. Likevel vil man finne variasjoner av typen relasjoner mellom kildene og pressen.

Alle disse kildetyperne kan forholde seg til pressen på forskjellige måter. Blant disse vil man ifølge Sigurd Allern finne fire forskjellige hovedtyper av relasjoner. Vi kan for det første ha å gjøre med en forhandlingsrelasjon der aktørene, kilde og journalist, handler strategisk for å utnytte situasjonen i henhold til egne interesser. Med andre ord en bytterelasjon der det ikke er økonomisk kjøp og salg inne i bildet. For det andre kan det være snakk om en såkalt uegennyttig relasjon der både kilde og journalist er enige om at en bestemt sak bør komme fram i offentlighetens lys, uten at den ene eller den andre part har interesser i saken utover dette. Den tredje relasjonen er rettighetsrelasjoner der forbindelsen mellom kilde og presse er bestemt gjennom lover, som for eksempel offentlighetsloven som gir journalister (og andre) rett til innsyn i offentlige arkiver, i tillegg til mer normstyrte relasjoner som for eksempel kan regulere forholdet til kildene. Til sist

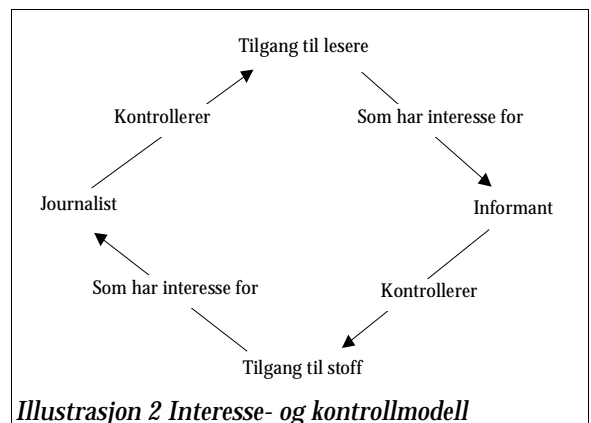
nevner Allern kommersielle markedsrelasjoner som kort sagt innebærer kjøp og salg av nyhetsstoff og publisitet for penger. [Allern 1997:45-47]

En slik typologi kan være nyttig når man skal se på forholdet mellom journalist og kilde. Men i tillegg skal man ha et øye med alle mulige miserkjente relasjoner som kan eksistere innenfor feltet, og i forhold til rommet utenfor feltet. Vi kan forvente å finne mange forskjellige former for dominans og underordning der man ikke uten videre skal ta for gitt hvem som eventuelt er den underlegne eller overlegne. Antakelig kan vi snakke om kombinasjoner der det ikke nødvendigvis finnes et entydig svar.

Dessuten har vi de vi kan kalle ikkekilder, og som aldri havner i pressens søkelys. Det kan selvfølgelig være flere grunner til at noen kilder ikke blir brukt. Enkelte potensielle kilder kan oppfattes som uinteressante for et større publikum, men samtidig kan det finnes kilder og aktører som anstrenger seg for å ikke havne i pressens søkelys, og som lykkes med det. Å ta kelegge egen virksomhet er kanskje like nyttig, om enn på andre måter, som forsøk på å utnytte pressen aktivt.

### **Strategiske kilder**

Forholdet mellom kilde og journalist kan i enkelte tilfeller sees på som et enkelt bytteforhold der journalisten og kilden har motsvarende interesser. Journalisten kan tilby kilden oppmerksomhet, og kilden kan tilby informasjon. Dette kan illustreres med en enkel figur som vises i illustrasjon 2. [Allern 1997:58] Dette er en modell vi kjenner fra Gudmund Hernes og den forrige maktutredningen og illustrerer ett symmetrisk bytteforhold mellom en journalist og en kilde. [Hernes 1975] Modellen er et eksempel på det man kaller strategisk handling: En aktør yter et eller annet i forhold til enn annen under



*Illustrasjon 2 Interesse- og kontrollmodell*

forutsetning at den andre aktøren yter noe tilsvarende tilbake. En fordel med denne modellen er at den er enkel, og det er samtidig et av de store problemene med den. I mange tilfeller vil ikke forholdet mellom kilde og journalist være av en slik art at det passer inn i modellen.

Jeg skal nevne noen eksempler på hvor denne modellen ikke passer. Kilden og journalistene kan i mange tilfeller ha motsatte interesser, og kildene kan ha et ønske om å holde informasjon tilbake. Forholdet mellom dem kan også være asymmetrisk, og da vil man heller kunne snakke om en form for maktforhold i stedet for et bytteforhold. Mye informasjon er også fritt tilgjengelig for journalister uten at det kreves noen form for motytelse, og da kan man heller ikke si at det er snakk om noen form for bytte. Det offentlige er for eksempel forpliktet til å stille mye informasjon til rådighet for allmennheten på grunn av offentlighetsloven.

### ***Goffman, scene og bakrom***

Erving Goffmans begreper om scene og bakrom kan gi et interessant blikk på hvordan kildene forholder seg til omverdenen og pressen. [Goffman 1992] Scenen kan vi se på som det bildet kilden forsøker å gi av seg selv til offentligheten. Dette kan gi seg uttrykk på mange forskjellige måter etter hvordan man velger å organisere forbindelsene til pressen. Er kilden en bedrift, en organisasjon eller en offentlig institusjon er det ikke usannsynlig at forestillingen er et resultat av en bevisst mediestrategi. Resultatet av mediestrategien er synlig for alle som er villige til å se, men beslutningene som ligger bak disse strategiene kan ikke synes på scenen. Disse beslutningene er tatt på bakrommet, og hverken journalistene eller andre har uten videre tilgang til dette.

Inngjerding og portåpning er to begreper som det kan være nyttig å se i sammenheng med scene og bakrom. Vi kan bruke inngjerding i betydningen sensur sett i forhold til scenen, og som hemmelighold i forhold til bakrommet. Inngjerding kan altså brukes om forhold man helst vil holde skult eller begrense tilgangen til. Portåpning er derimot det motsatte. I forhold til scenen kan dette være alle slags tiltak for å fremme den ønskede publisitet i forhold til organisasjonen, mens det når det er snakk om bakrom er det snakk om informasjon som gis i fortrolighet. [Allern 1997:75-79]

Dette gir et interessant perspektiv på hvordan en organisasjon fungerer i forhold til offentligheten, men samtidig kan akkurat den samme modellen med scene og bakrom brukes om medieorganisasjonene selv, slik som TV2 og NRK. Disse organisasjonene har selvfølgelig en helt åpenbar scene, som i forhold til denne oppgaven nyhetssendingene på fjernsyn, og har også et bakrom som man normalt

ikke har tilgang til. Folk flest vet svært lite om hvordan pressefolk faktisk jobber og har i beste fall svært idealiserte forestillinger om hvordan det forholder seg.

### ***Journalister, en del av kildenes sosiale kapital?***

Journalister vil åpenbart ha stor nytte av et kontaktnett som de kan benytte som kilder i journalistikken. Dette kontaktnettet kan vi betrakte som en del av journalistenes sosiale kapital i det journalistiske feltet. Det er åpenbart at om man kjenner til mange potensielt nyttige kilder, for eksempel innen politiske partier, offentlige etater eller næringslivet, så er dette en verdifull ressurs for en journalist. Et kontaktnett som gir tilgang til eksklusiv informasjon vil også være en tilgang til personlig prestisje innen feltet, i den grad man klarer å utnytte kildene til å produsere "gode" saker.<sup>8</sup> Dessuten kan man forvente at den prestisje og anseelse man har fått på grunn av sitt kontaktnett gir lettere tilgang til flere verdifulle kilder.

Snur man dette perspektivet rundt kan man på tilsvarende vis se på kjennskap til journalister som verdifull kapital for kildene. Den kjennskapen informasjonsrådgivere og PR-byråer har til journalistikk, og i det hele tatt til det journalistiske feltet, må være helt essensiell for at de i det hele tatt skal kunne holde på med virksomheten sin. Personlig kjennskap til journalister er åpenbart svært nyttig om man har virksomhet innenfor disse områdene. Journalister, eller kjennskapen til disse, kan altså inngå som en viktig del av kildenes sosiale kapital. Tilgang til en bestemt person i en nyhetsorganisasjon er selvsagt mer verdt enn kun et telefonnummer til sentralbordet.

### ***Kilder og presse som gjensidig legitimerende***

En interessant side med forholdet mellom kilder og pressen er at de på mange måter kan virke gjensidig legitimerende. Pressen mottar legitimitet når den mottar viktig informasjon fra kilder med stor autoritet, slik som offentlige myndigheter. Samtidig vil pressen legitimere enkelte kilder ved å anerkjenne dem som viktige gjennom å vise dem oppmerksomhet. Potensielle kilder som pressen ikke bryr seg om blir på tilsvarende vis definert som uviktige. Legitimeringsprosessene mellom kilde og presse er en vekselvirkning, og i noen tilfeller kan kildene være så dominerende at mediene konkurrerer seg i mellom om

---

<sup>8</sup> Virkelig gode saker kan man definere som saker som har blitt gravd fram på egen hånd, og som blir fulgt opp av andre medier. Jo større og mer prestisjefylte disse mediene er, jo bedre kan man si saken har vært.

om å få tilgang til informasjonen som er tilgjengelig. Dette kan for eksempel være tilfeller når en kilde er i en monopolsituasjon i forhold til viktig informasjon, som det vil være når det er snakk om utenriks- og sikkerhetspolitikk. [Eide & Rasmussen 1985:39-40]

### ***Kildene i plakaten***

I Vær varsom-plakaten finner vi ti punkter (3.1-3.10) som handler om pressens og journalistenes forhold til kildene. Blant dem finner vi punkt 3.2: " Vær kritisk i valg av kilder, og kontroller at opplysninger som gis er korrekte." Det er knapt overraskende at vi finner dette punktet her i all sin selvfølgelighet, men det har nok neppe noen verdi som praktisk veiledning om hva det vil si å være kritisk i valg av kilder. Man kan selvfølgelig heller ikke si hva som er den egentlige praksis blant journalister når det gjelder hvordan man skal forholde seg til kildene, men Vær varsom-plakaten gir iallfall en pekepinn på hvordan man mener dette forholdet bør være og hvordan man vil at offentligheten skal oppfatte dette. Plakaten beskriver altså ikke virkeligheten, og det er det heller ikke meningen at den skal gjøre, men den gir et hint om journalisters ønskede selvbilde.

Vær varsom-plakaten inneholder altså idealer man som journalist kan strekke seg etter, som en informant uttrykte det. [Informant 7, NRK] I tillegg til å være en idealisert fremstilling av hvordan kildeforholdet bør være finner man også en del praktiske tips når det gjelder journalistenes forhold til kildene. Det understrekes blant annet at man skal være forsiktig med å bruke anonyme kilder (pkt 3.2), som er et viktig prinsipp for mange journalister fordi dette skal være med på å understreke troverdigheten til pressen (pkt. 3.1). Dessuten legges det stor vekt på at pressen skal verne om kildene sine for å sikre pressens tilgang til informasjon (pkt. 3.4). Man skal gjengi meningsinnholdet i intervjuobjektens uttalelser (pkt. 3.7) og man skal heller ikke misbruke "... andres følelser, uvitenhet eller sviktende dømmekraft" (pkt. 3.9). Slik fremstår altså pressens mer formaliserte idealer når det gjelder forholdet til kildene, og både for pressen og samfunnet er dette utvilsomt viktige retningslinjer.

### ***Hva sier journalistene?***

Et av temaene i intervjuene var journalistenes forhold til kilder. Blant annet spurte jeg om hvordan de vurderer en kildes troverdighet, om de ofte sjekker

opplysninger med alternative kilder og om hvordan de forholder seg til anonyme kilder, osv. I tillegg spurte jeg dem om hvilke forhold de har til PR-byråer.

### *Alternative kilder*

En selvsagt metode man kan bruke for å sjekke troverdigheten til en kilde er å kontrollere den aktuelle informasjonen med alternative kilder. De aller fleste informantene mente at det generelt sett er viktig å kontrollere med alternative kilder, men at det kom litt an på hva slags saker det dreier seg om. Er det snakk om en liten, ukomplisert sak der det ikke er noen tvil om saksforholdene vil det ikke være nødvendig å sjekke med flere kilder. [Informant 10, NRK] Skulle det derimot være snakk om en alvorlig sak, der det kanskje er grunn til å stille spørsmål med troverdigheten til kildene, blir det sett på som viktig å kontrollere opplysningene. Hvor grensene går mellom når det blir sett på som nødvendig å kontrollere med alternative kilder eller ikke er derimot vanskelig å si. Ukontroversielle faktaopplysninger vil det selvfølgelig ikke være noe poeng i å kontrollere med alternative kilder, men et anonymt tips om et internt forhold i et politisk parti vil det for eksempel være viktig å kontrollere med andre kilder. [Informant 3, TV2] En informant følte at han hadde mer tid til å sjekke med alternative kilder da han jobbet i en lokalavis, noe han syntes er et paradoks med tanke på at TV2 rår over mye større ressurser enn det en liten lokalavis kan stille opp med. [Informant 1, TV2]

Som tidligere nevnt kan man se på det å sjekke med alternative kilder som et element i det vi kan kalle journalistenes strategiske ritualer for å sikre at man fremstår som objektiv. Gjennom det at man legger vekt på å kontrollere med alternative kilder finner man en mistro for sannhetsgehalten i tilfeldige "fakta" som man kan risikere å bli servert. Slikt sett er bruken av alternative kilder svært fornuftig, men de kan også benyttes for å lage et skinn av objektivitet, slik at man lettere kan avvise kritikk mot at man for eksempel blir beskyldt for å være partisk og subjektiv. [Tuchman 1972] Om bruken av alternative kilder i seg selv kan sies å ha noe med objektivitet å gjøre, slik som for eksempel en sosiolog vil se på det, er en helt annen sak. Poenget er i stedet at fremgangsmåten er akseptert i det journalistiske feltet som et element i hva man kan kalle god journalistikk.

### *Troverdighet*

En naturlig forutsetning for at man skal benytte seg av en kilde eller ikke er at den blir oppfattet som troverdig av journalisten. En måte er selvfølgelig å sjekke med alternative kilder, men flere av informantene sier de gjerne vurderer troverdigheten til kildene gjennom å stole på "magefølelsen". Andre legger vekt på at man blir flinkere til å vurdere kildenens troverdighet etterhvert som man får mer erfaring. Det blir også sett på som viktig å sjekke om det er til fordel for kilden/ tipseren om saken blir fulgt opp i pressen. [Informant 13, TV2]

En informant legger også vekt på å forsøke og oppsøke utradisjonelle kilder, det vil si kilder som det ikke er vanlig å bruke. [Informant 11, NRK] Da kan man til dels unngå å bli ensporet i kildevalget, samtidig som det er en større mulighet for at kilder som vanligvis ikke kommer fram i media blir viet større oppmerksomhet. Et spørsmål er om hvor vanlig det er å gjøre dette, spesielt med tanke at en slik arbeidsmetode sannsynligvis er svært tidkrevende. Man lager gjerne en sak pr. dag, og man opplever at man ikke har tid til å følge opp saker og drive grundig "research". [Informant 3, TV2] Som fjernsynsjournalist har man ikke en overflod av tid, og tidsfaktoren tilsier at det vil være enklere og raskere å benytte seg av kilder som man allerede kjenner til. Det er innlysende at når man har begrenset med tid så er det også vanskeligere å bryte ut av de vante rutinene. En informant sier også et at det er typisk for journalister å gjøre som alle andre, siden man da kan være sikker på å ikke dumme seg ut, og fordi man generelt har kort tid på seg til å gjøre det som blir forventet av en. [Informant 4, TV2] Et uttrykk for at det er motstand mot å gjøre noe som ikke samsvarer med det som blir sett på som rett framferd i feltet. Et fenomen som selvfølgelig det journalistiske feltet ikke er alene om.

### *PR-byråer*

Når det gjelder synet på PR-byråer var det ganske stort sprik blant informantene. På den ene siden var det noen som tydeligvis ikke hadde noen spesiell formening om PR-byråer, rent bortsett fra at man hadde hørt om dem. Andre mente at PR-byråer systematisk klarte å lure pressen til å ta opp saker uten at de visste at det faktisk stod et PR-byrå bak og trakk i trådene. Blant informantene mine kom det fram følgende spekter av synspunkter:

1. Hører ingenting fra PR-byråer.



2. Vet de er der og de kontakter meg av og til men jeg nekter å la meg bruke.
3. De er der og de tar kontakt av og til og jeg vurderer dem på lik linje med andre kilder og tips.
4. De får gjennomslag i pressen (både NRK og TV2) hele tiden, og journalister lar seg bruke (lure) hele tiden uten at de vet det.

Men andre ord er det en stor variasjon blant utvalget mitt i synet på PR-byråene, spesielt synes det som om flere av journalistene ikke har det helt klart for seg hvilke arbeidsmetoder PR-byråene benytter seg av. To av informantene mente at PR-byråer ofte planter saker på en slik måte at det er vanskelig for journalistene å oppdage at det er et byrå som står bak. [Informant 4, TV2 og 10, NRK] Når det oppdages at en sak har blitt plantet er det gjerne for sent å gjøre noe med, om det da i det hele tatt kommer opp i dagen. Byråene prøver seg gjerne i flere nyhetskanaler inntil de får gjennomslag. Går det ikke i TV2 kan man jo forsøke NRK i stedet, og før eller siden vil man få saken sin gjennom. [Informant 4, TV2] I kontrast med dette mente en av informantene i NRK at det riktignok er mange som forsøker å sette inn stoff i nyhetene, men at dette er lett å se. [Informant 12, NRK] Jeg skulle tro at virkelig dyktige profesjonelle kildeorganisasjoner har så god kjennskap til det journalistiske feltet, at det i mange tilfeller ikke er mulig å skille et "plantet" tips fra et annet. Sannsynligvis er det da de mindre profesjonelle kildene som ikke slipper gjennom, fordi de ikke har kunnskapen som skal til.

Fire av informantene (7, 8, 12 og 13) sa at de vurderer alle interessante saker på lik linje med hverandre, selv om de vet at det er et PR-byrå som står bak. Hvor vanlig denne innstillingen er blant journalister er vanskelig å si, men det er iallfall sikkert at et PR-byrå ikke er en ordinær kilde i og med at det er noen som betaler byråene for å skape oppmerksomhet rundt visse saker. Selv om man bruker en selvstendig vinkling og alternative kilder på disse sakene, så har likevel den opprinnelige oppdragsgiveren fått oppmerksomhet rundt saken, noe som kanskje også er målet. Det er klart at det vil være urimelig å ignorere et tips om et viktig samfunnsmessig spørsmål som i tillegg har stor allmenn interesse bare fordi tipset kommer fra en såkalt profesjonell kilde. På den andre siden har oppdragsgiveren til PR-byrået fått viljen sin, nemlig den ønskede oppmerksomhet rundt den aktuelle saken, og det kun fordi oppdragsgiveren har hatt råd til å betale for en slik tjeneste. Så lenge man åpent benytter seg av tips fra slike byråer er det heller ikke urimelig å si at den som har nok penger også kan kjøpe pressens

oppmerksomhet. Om det er slik at PR-byråer har en reell indirekte innflytelse, slik som også et par av informantene mener, på hvilke saker som dukker opp i Dagsrevyen og TV2 nyhetene er det ille. Spesielt når det ser til at noen av journalistene i denne undersøkelsen ikke ser ut til å ha gjort seg altfor mange tanker om dette. Jeg synes dette er overraskende siden forholdet til kildene er en sentral del av alle journalisters arbeid.

Et annet poeng er at PR-byråer sannsynligvis har så inngående kjennskap til det som foregår innenfor det journalistiske feltet at de er i stand til å plante eller tipse om saker til journalister som de vet har for vane å vinkle sakene sine på en særskilt måte. Man vil også ha problemer i de tilfellene man bruker ferdig vinklede pakkeløsninger fra PR-byråer fordi man sympatiserer med synspunktene som blir presentert. [Allern 1997:137-138]

Det ble nevnt i et par av intervjuene at man ofte merker at intervjuobjektene har blitt instruert i hvordan de skal forholde seg til pressen i forbindelse med intervjuer. I tillegg ble det kommentert at det stadig blir vanskeligere å få folk til å stille opp på intervjuer og at det heller blir foretrukket å være med "live" i studio fordi man da ikke risikerer å bli redigert på samme måte. [Informant 3, TV2] Disse fenomenene mener informantene er et tegn på at det har vært informasjonsrådgivere med i bildet. Spesielt har man merket at næringslivsfolk blir opplært i hvordan man skal forholde seg til pressen. [Informant 5, TV2]

### *Nettverk*

Gode kilder er ikke noe som kommer av seg selv, og det bekreftes også av informantene at kildenettet kommer etterhvert. [Informant 3, TV2] I NRK har man kontaktlister som dekker de fleste temaer. Gode kilder kan dukke opp helt tilfeldig, og spesielt de som har vært med lenge, "ringrevene", har mange kilder. Det gjelder å huske på folk man møter, og gjerne skrive ned navn som kan bli nyttige senere. [Informant 8, NRK] Det oppleves også som farlig å bli avhengig av kilder, en journalist i TV2 som jobber med økonominyheter sier at man i slike saker er avhengig av å ha kontakt med analytikere, og at "ingenting er gratis". [Informant 3, TV2] En kommentar som tyder på at det har sin pris å pleie gode kontakter. I hvilken grad dette har noe å si på kvaliteten i de journalistiske produktene er ikke lett å si, men en eller annen form for effekt må det jo ha.

### *Anonyme kilder*

I intervjuene kommer det fram litt delte meninger om hvorvidt og hvordan man bør benytte seg av anonyme kilder. I Vær varsom-plakaten presiseres det som kjent at det er ønskelig at kilder identifiseres og at kildekritikk er særdeles viktig når man bruker anonyme kilder (pkt. 3.1 og 3.2). Poenget med kildekritikk i forhold til anonyme kilder kan i mange tilfeller se ganske meningsløst ut, når man vet at det ikke er mulig for andre å kontrollere opplysninger som kommer fram i pressen med disse kildene, selv om det ofte er mulig å etterprøve med alternative informasjonskilder. En informant i TV2 sier blant annet at man bruker en god del anonyme kilder i nyhetene, men at opplysningene de kommer med alltid må bekreftes av åpne kilder. [Informant 13, TV2] En annen informant fra samme kanal er derimot helt motstander av anonyme kilder. [Informant 5, TV2] I NRK sier en av informantene at hun egentlig er imot anonyme kilder, og at man helst vil ha navn. Likevel bruker man slike kilder av og til, og mener at det ikke svekker Dagsrevyens oppmerksomhet om det gjøres en sjelden gang. [Informant 7, NRK]

Det ser altså ikke ut til at det er noen generell enighet blant informantene når det gjelder anonyme kilder. Noen er veldig skeptiske, men andre aksepterer bruken av anonyme kilder når opplysningene kan bekreftes. Likevel er det ganske tydelig at bruken av anonyme kilder, også slik som informantene i denne undersøkelsen ser det, kan være skadelig for pressens troverdighet så lenge man ikke sørger for å bekrefte opplysningene gjennom alternative kilder. Blir opplysningene bekreftet har man gjennomført en del av de nødvendige ritualene som gjør at opplysningen kan sies å være troverdig. At man risikerer å ha latt seg bruke av kilder som har en skjult agenda blir dermed ikke så kritisk når man likevel får bekreftet "riktigheten".

## Forum for debatt?

Som tidligere nevnt hadde jeg opprinnelig tenkt å gjennomføre en innholdsanalyse av de debattartiklene i *Journalisten* som på en eller annen måte handler om makt. *Journalisten* er et fagblad for journalister som gis ut hver andre uke av Norsk Journalistlag. I tillegg til papirutgaven finnes avisen også tilgjengelig på Verdensveven. Jeg tok for meg debattartikler fra 1999 og 2000 slik som de kom fram i utgaven som finnes tilgjengelig på Verdensveven. Etter å ha forsøkt å systematisere dette stoffet kom jeg fram til at det var så få debattartikler som handlet om makt, også når man tolker dette begrepet ganske vidt, at jeg ikke fant det bryet verdt å forsette med det. Ved nærmere ettertanke tror jeg likevel det kan være bra å skrive litt om det jeg fant, siden det kan være interessant i seg selv at det debatteres lite i dette forumet om pressens makt og innflytelse i samfunnet. Når det skjer er det i beste fall overfladisk.

Det er godt mulig at det finnes andre fora der slike emner diskuteres, som for eksempel seminarer og landsmøter som journalister er med på. Dette ble også antydnet av noen av mine informanter. Derfor skal jeg i tillegg til *Journalisten* tittle litt på programmene til et utvalg SKUP-konferanser for å se hvilke saker som blir tatt opp på disse.

## *Journalisten*

Her blir det altså ikke snakk om noen tekstanalyse av debattartiklene i *Journalisten*, men jeg skal vise til noen artikler der artikkelforfatterne er inne på emnet pressen og makt. Grunnen til at jeg valgte den elektroniske utgaven er at det finnes flere slike artikler i den elektroniske utgaven enn i papirutgaven.<sup>9</sup> Antallet debattartikler er totalt noe over 100 i årene 1999 og 2000. Jeg har ikke laget noen systematisk oversikt over de forskjellige temaene som diskuteres, men jeg baserer meg på inntrykket jeg har fått mens jeg har tittet gjennom disse artiklene. Først vil jeg komme med et par eksempler der debattanter kommer inn på temaer som med litt velvilje kan sies å handle om pressen og makt.

En artikkel som blant annet kommer inn på hvordan pressen skal forholde seg til samfunnet har tittelen "Når samfunnet glipper" og er skrevet av Alexander Berg Jr. I denne står blant annet følgende:

---

<sup>9</sup> Ifølge redaksjonen i *Journalisten*

Vi skal informere, debattere og kritisere, blant mye. Vi skal speile samfunnet, men samtidig stille kritiske spørsmål ved det som vises i speilet. [www.journalisten.no 25.02.00]

Her møtes vi av den velkjente speilmetaforen, samt en oppsummering av det artikkelforfatteren mener er pressens oppgave i samfunnet. Det vil si den idealiserte forestillingen om at pressen skal gjengi det som skjer i samfunnet, samtidig som at man stiller kritiske spørsmål til dette. Videre i samme artikkel:

Pressen skal bidra til at negative forhold i samfunnet oppløses og skaper jordsmonn for nye vekster, slik ugress råtner og blir til næringsrik moll. [www.journalisten.no 25.02.00]

Dette tror jeg er en ganske typisk forestilling blant journalister, og selv om man som journalist kanskje ikke nødvendigvis tror på den, er den iallfall godt bilde på det man gjerne vil utstråle. Et uttrykk for den forestillingen man spiller for publikum, og kanskje også for andre kolleger og kilder.

I debattinnlegget "Journalistisk integritet, en øm tå?" kommer Svein-Ivar Fors med følgende innsikt: "Selv godt skolerte journalister greier ikke alltid å beskrive virkeligheten uten å være farget av sine egne holdninger." [www.journalisten.no 05. mai 2000] Dette er et eksempel et objektivitetsideal som etter mitt syn står ganske sterkt innen det journalistiske feltet. Dette er igjen et ideal som gjerne spilles ut framfor publikum, selv om mange journalister på bakrommet, for å snakke med Goffman, tvert imot vil innrømme at det er umulig å drive journalistikk uten at den blir preget av personlige holdninger. At man likevel holder fast på et såpass lite sofistikert syn på objektivitet er kanskje grunnen til at det i mange tilfeller er vanskelig å vite hvilken posisjon en journalist taler ut fra. Denne informasjonen er nødvendig for en leser eller seer for å kunne tolke det som blir sagt eller skrevet. Man blir i stedet nødt til å gå indirekte til verks, som ved å observere en journalist over tid.

Det fant sted en ganske omfattende debatt i *Journalisten* våren 2000 i kjølvannet av en rapport av Svein Brurås og Lars Arve Røssland som handlet om den såkalte "Hedrum-saken" og måten pressen gikk fram i forbindelse med denne. [Brurås & Røssland 2000] I dette tilfellet vil jeg si det er snakk om en diskusjon om pressens maktbruk (og eventuelt maktmisbruk) i forhold til hvordan saken blir dekket, selv om den til dels preges av liten bevegelse i debattantenes synspunkter. En gruppe debattanter var kritiske til måten enkelte deler av pressen oppførte seg på, og

motparten var opptatt med å forsvare seg. Mitt inntrykk er at de aktørene som ble kritisert i stor grad stilte seg uforstående til kritikken, eller på andre måter forsøkte å avlede oppmerksomheten fra seg selv. Et eksempel på dette er innlegget "Interessant råtekst" av Magne Storedal, sjef for VGs nyhetsavdeling, som er et svar på rapporten av Brurås og Røssland. Her forklarer Storedal deler av det noen vil kalle VGs, og konkurrenten Dagbladets, overtramp med at de måtte sende ut en rekke uerfarne sommervikarer for å dekke denne saken, og glemmer tydeligvis at det finnes noe man kaller redaktøransvar som ikke varierer etter hvem man velger å sende ut på oppdrag. Dessuten er det vel tvilsomt at man bruker sommervikarer som vaktsjefer i VG, som jeg skulle tro har et visst ansvar for hva som foregår ute i felten. I tillegg forsøker Storedal å forsvare seg med at man ikke gjorde noe annerledes enn enkelte andre konkurrenter i Akersgata. At man gjør som alle andre kan vel knapt kalles et godt forsvar. [www.journalisten.no 05.05.00]

Som en forsiktig konklusjon etter å ha sett, noe overfladisk riktignok, på disse debattartiklene vil jeg si at i de fleste av tilfellene hvor det er noe som er i nærheten av temaet for denne oppgaven, slik som pressens oppgave i samfunnet og dens maktposisjon, så er de preget av klisjeer og forholdsvis enkle forestillinger. Med andre ord finnes det etter mitt syn ikke noen form for avansert debatt omkring pressen og makt blant journalister i *Journalisten*, selv om man indirekte kommer inn på temaet av og til. Noe av grunnen til dette kan være at man rett og slett ikke har det begrepsapparatet som skal til for å kunne gjennomføre en meningsfull kritisk analyse. En annen grunn kan være den motstanden man kan forvente å møte, når man går imot den gjeldende doxa i feltet. Å gå åpent ut med kritikk mot logikken i sitt eget felt kan være tungt og prisen man betaler kan bli vurdert som for høy siden det kan svekke ens posisjon i feltet.

### **SKUP**

Stiftelsen for en Kritisk og Undersøkende Presse (SKUP) har som formål å fremme undersøkende journalistikk og arrangerer årlig en konferanse, der man i tillegg til faglig debatt, deler ut SKUP-pris og -diplomer til de journalister som har stått for det som kan kalles gode eksempler på gravejournalistikk. SKUP-konferansen burde være et egnet sted til å diskutere makt og pressen, og jeg har derfor sett på programmene til 9 slike konferanser for å få et overblikk over hvilke temaer som har blitt tatt opp. SKUP-konferansene som jeg har sett programmene til er fra årene 1993, 1995, 1996, 1997, 1998, 1999, 2000, 2001 og 2002. Disse har jeg blant

annet hentet fra *Journalisten* og SKUP hjemmesider på Verdensveven.<sup>10</sup> På konferansene foregår det sannsynligvis mye utenom det offisielle programmet, og programmene gir heller ingen informasjon om hva som faktisk har gått for seg. Av og til er titlene og beskrivelsene for de forskjellige arrangementene så korte at det omtrent er umulig å tolke hva de eventuelt handlet om, men likevel tror jeg man kan danne seg et grovt bilde av hvilke temaer som har blitt ansett som viktige nok til at de ble satt på plakaten.<sup>11</sup> Det er i hovedsak to temaer som ser ut til å gå igjen. Det første temaet er hvordan man kan gå frem for å gjennomføre undersøkende journalistikk på best mulig måte. En gjenganger under dette temaet er for eksempel hvordan man kan utnytte offentlighetsloven i arbeidet som journalist. Det andre temaet er faglig journalistisk debatt om pressens praksis, og under dette havner også debatt som har med forskjellige sider med pressens makt å gjøre. Saker som åpenbart er direkte relatert til makt ser det ut til å finnes noe av, og nedenfor skal jeg nevne noen eksempler på slike saker. Det er forøvrig ikke usannsynlig at jeg har oversett enkelte saker som faktisk har hatt med makt å gjøre på grunn av mangelfull beskrivelse i programmene.

2002:

Dette året blir det tatt opp en sak med tittelen: "Gjengene eller livet" som er beskrevet slik: "De kalles gjenger. Av samfunnet er de definert som truende og farlige. Men [hva] gjør mediene for å få fram hvordan virkeligheten egentlig er?" Her ser det ut til at man vil komme til å diskutere et tema som har med pressens tolkningsrammer og det man kan kalle pressens definisjonsmakt ovenfor publikum som i dette tilfellet har med fremstillingen av gjenger i mediene å gjøre. Dette kan være en form for maktutøvelse i den grad journalistenes definisjon av situasjonen, for å snakke med Goffman, har blitt overtatt av mediekonsumentene.

Vi finner også seminaret "Snørr og barter" som handler om Adresseavisens dekning av planene om det nye Regionsykehuset i Trondheim. Adresseavisen er i en spesiell situasjon i Trondheim fordi den har monopol, og saken handlet om hvordan Adresseavisen utnyttet denne situasjonen i sitt engasjement om plasseringen av sykehuset.

---

<sup>10</sup> <http://www.ij.no/skup/>

<sup>11</sup> I forbindelse med dette har jeg fått hjelp av Sigurd Allern til å deciffrere det som ligger under noen av titlene i konferanseprogrammene.

2001:

I dette årets program ble det annonsert en plenumsdebatt rundt temaet "Baneheia, ble pressen manipulert?" Her ser det ut til at det ble tatt opp et mulig tilfelle av maktutøvelse mot pressen, nemlig om pressen har latt seg manipulere av politiet. Seminaret "Journalist eller infopusher" handlet som hvordan journalister i stadig større grad veksler mellom journalistikk og informasjonsrådgivning, noe som ifølge programteksten kan true den journalistiske integriteten. Dette er relatert til makt fordi det er spørsmål om i hvilken grad man skal kunne kjøpe seg oppmerksomhet med journalistisk ekspertise.

1999:

På dette programmet ble det annonsert en debatt med tittelen "Jakten på en drapsmann" som ser ut til å ha handlet om pressens rolle i forbindelse med Birgitte Teng saken. Seminaret "Når pendelen slår tilbake" handlet om hvordan pressen behandlet den såkalte Syse-saken og Airbus-saken. Samme år finner vi en debatt med tittelen "Vandrehallens voktere" der temaet var politiske journalister.

1998:

Her finner man seminaret "Smarte forskere, lettlurte journalister" med undertittelen "Sluker vi rått alle undersøkelser?" som åpenbart også handler om et forhold man kan kalle en mulig maktutøvelse mot pressen. Igjen en slags definisjon av situasjonen sak. Seminaret "Sportsjournalistene - sponsorenes lakeier?" handlet sannsynligvis om sportsjournalistenes forhold til sponsorer, og dette er åpenbart et tema som kan ha med makt å gjøre.

1997:

Dette året ser det ut til å ha vært flere seminarer og debatter med temaer som har handlet om makt og presse på forskjellige måter. Blant disse finner man: "Dette har jeg ikke fortjent" som handler om det som blir kalt "saken om Terje Rød-Larsen", og pressens rolle i forbindelse med hans avgang som statsråd i 1996. Plenumsdebatten "Når dementiapparatet slår til" handlet om hvordan sterke kilder kan manipulere redaksjoner. En annen debatt



som kan være relatert til makt har tittelen: "Kappløp etter vitnene. Parallell etterforskning i kriminalsaker."

1996:

"Groupies for Gro" er temaet for en plenumsdebatt der man diskuterte om "Politiske journalister - maktens medløpere?" Her har vi igjen å gjøre med en diskusjon som dreier seg om hvorvidt journalister lar seg bruke, i dette tilfellet av aktører innen det politiske feltet.

1995:

Seminar om "Norsk kulturpolitikk: Kjærlighet gjør blind?" Dette kan muligens ha med maktforhold i forbindelse med kulturjournalistikk å gjøre.

1993:

Dette året ser det ut til å ha vært oppe flere saker som kan være aktuelle i denne sammenhengen. En debatt handlet om "Bruken av anonyme kilder - undergraver den tilliten til norsk journalistikk?" Vi finner et seminar der man tar et "Selvkritisk tilbakeblikk på pressens dekning av UNI-Storebrand-saken." I tillegg var det arrangert et seminar om pressens dekning av Bjugn-saken: "Bjugn-saken - en prøve på kritisk journalistikk."

Som vi kan se er det mulig å finne flere debatter og seminarer på SKUP-konferansen som på forskjellige måter har med makt og pressens rolle i samfunnet å gjøre. Det ser ut til at man legger vekt på at pressen også skal rette et kritisk søkelys på seg selv, og dette er absolutt positivt. Det er likevel et åpent spørsmål i hvilken grad "den jevne journalist" er involvert i diskusjonene på SKUP-konferansen. En årlig SKUP-konferanse kan vanskelig erstatte daglig oppmerksomhet om slike temaer og tidligere i denne oppgaven har vi sett at det ifølge informantene er lite diskusjon omkring temaer som er relatert til makt. Det vil være en utfordring å ta diskusjonene ut fra konferansekonteksten og inn i det daglige arbeidet, men dette tror jeg også kan være nødvendig.

SKUP-konferansen og -prisene har også som funksjon å fremme en bestemt type journalistikk innen det journalistiske feltet. Nemlig det som blir kalt kritisk journalistikk, og som nyter en høyere prestisje innen feltet enn for eksempel sportsjournalistikk. SKUP-konferansen brukes som et utstillingsvindu der man

kan vise fram gode eksempler på hvordan det skal gjøres, samtidig som det som blir sett på som ekstra gode eksempler blir anerkjent. Anerkjennelse gjennom SKUP-konferansen, og ikke minst en SKUP-pris, er sannsynligvis nyttig kapital innen det journalistiske feltet.

### **Andre fora?**

Hvilke andre steder kan det tenkes at journalister diskuterer makt? Jeg vet at det finnes elektroniske diskusjonsgrupper for journalister,<sup>12</sup> og det kan tenkes at slikt kan foregå der, men det har jeg ikke gått nærmere inn på. Ut i fra det informantene mine har sagt foregår det heller lite av slik diskusjon i redaksjonene i TV2 og NRK. Den mest sannsynlige situasjonen der journalister kan tenkes å diskutere presse og makt er etter det jeg vil tro uformelle sammenkomster av forskjellige slag, men dette har jeg ikke hatt mulighet til å gå nærmere inn på. Det kunne forøvrig vært en interessant oppgave å gå mer generelt inn på hva journalister faktisk diskuterer og snakker om i både formelle og uformelle sammenhenger. Hva er det journalister faktisk tar seg bryet med å skrive om i for eksempel *Journalisten*? Det kan nok bare en mer systematisk gjennomgang av debattartiklene gi et svar på.

Til sist i dette kapitlet vil jeg si at det kanskje er urettferdig mot journalistene når man klager på at det er lite med debatt om makt og pressen blant journalister. Temaet er tross alt ganske stort og sammensatt, og det er vel knapt noen person som kan påstå at de forstår til fulle disse komplekse saksforholdene. På den annen side synes jeg likevel at det er påfallende hvor liten interesse det ser ut til å være for å diskutere slike temaer som jo tross alt har direkte tilknytning til journalistenes daglige virke. Hva som er grunnen til dette er ikke godt å si, men det kan jo hende at det i journalistenes arbeidssituasjon ikke finnes noen passende arena for å diskutere slike spørsmål. Dessuten er det mulig at man rett og slett ikke har tid til å sette seg inn i dem, og at man har mer enn nok med de daglige arbeidsoppgavene. Selv om det kan synes som om den daglige debatten mangler, er det likevel et lyspunkt at man jevnlig setter et kritisk søkelys på pressens rolle i samfunnet på den årlige SKUP-konferansen.

---

12 Diskusjonsgruppen normedia på <http://groups.yahoo.com/> er et eksempel på dette.

## **Det journalistiske feltets autonomi**

Bourdieu hevder i sin bok *On Television and Journalism* at en av de største svakhetene med det journalistiske feltet er at det er lite autonomt. Det lider under et for stort avhengighetsforhold til blant annet det økonomiske feltet. [Bourdieu 1998] Denne mulige mangelen virker det som om journalistene ikke alltid opplever selv. Det ligger i den journalistiske ideologien at journalister skal være uavhengige, frie og umulige å påvirke i hverken den ene eller den andre retningen. Frigjøringsprosessen, fra partipolitikken, som feltet har vært igjennom de siste årene kan ha ført til at pressen føler seg mer uavhengige (autonome) enn det de faktisk er. Den gang det fantes en partipresse kan man tenke seg at den til en viss grad ble beskyttet av det politiske feltet. I den grad man kan si at det politiske feltet var autonomt, var også partipressen det. I våre dager finnes ikke denne beskyttelsen lengre, og det journalistiske feltet blir nødt til å stå på egne ben. Frigjøringsprosessen som Raaum har beskrevet handler nettopp om å definere seg selv i forhold til verden utenfor, og da ikke minst i forhold til det politiske feltet som det på mange måter var nærmere knyttet til i tidligere tider. [Raaum 1999]

### ***Fra det politiske til det økonomiske feltet, eller autonomitap***

I dag er det sannsynligvis det økonomiske feltet som journalister har de største problemene med å definere en grense til. Som illustrasjon på dette kan man ta en nærmere titt på den oppgaven journalister mener de har i samfunnet. I forhold til det å være en "vaktbikkje" så er staten og det politiske livet noe som er rimelig "greit" å ta for seg, og dette kommer også fram i intervjuene. Det at man skal granske makten, det vil si staten, og beskytte småfolket mot maktmisbruk fra denne kommer fram i første åndedrag når journalistene skal forklare hva som er pressens oppgave. At samfunnet er mer enn å være en stat (makthaverne), journalister og borgere blir kanskje ikke tatt nok på alvor. Dette vil jeg si er et alvorlig problem for det journalistiske feltet som jeg ikke tror det finnes noen rask og enkel løsning på.

Nå vil nok mange protestere på at dette er en grov forenkling av journalisters gjøremål, og man kan sikkert nevne mange eksempler på at pressen har tatt opp viktige temaer som ikke har med forholdet mellom staten og borgere. Likevel er det viktig for journalister å spørre seg på hvilken måte man forholder seg til verden på, og da ikke minst forholdet til det politiske og økonomiske feltet.

Nå er det ikke kun Bourdieu som ser det journalistiske feltets manglende autonomi som problematisk. Odd Raaum skriver blant annet at journalister uansett om de vil eller ikke er ansatte personer, og da vanligvis i et firma med målsetninger som blant annet går ut på å tjene penger. Dette betyr at selv om journalister og redaktører prinsipielt sett står fritt til å ytre seg om hva de vil, må de uansett forholde seg til de økonomiske målsetningene som eierne har stilt seg. Det er også opp til eierne å bestemme det redaksjonelle grunnsynet, samt bestemme hvem som skal være redaktør. Eierne har altså kontroll over det materielle eksistensgrunnlaget, og vil gjennom dette kunne få til den fokuseringen de ønsker. [Raaum 1999:184-188]

Interessant i denne sammenhengen er det Thomas Mathiesen kaller skjult disiplinering. [Mathiesen 1993:81] En påvirkning fra eiernes side som man ikke merker direkte i det daglige er ganske lumsk fordi den er så lite merkbar. Skulle det hende at eierne av TV2, eller staten i forhold til NRK, la seg opp i redaksjonelle beslutninger ville det uten tvil blitt ramaskrik. Jeg tviler også på at eiernes "baktanker" er noe journalister går rundt til daglig og tenker på, spesielt ikke i en hektisk redaksjonell hverdag som for det meste går ut på å ta raske beslutninger. Det er ikke tid til å ta tak i problemer som ligger litt utenfor den jobben man tross alt er ansatt til å gjøre. Eierne av slike medieinstitusjoner har uten tvil en bestemt hensikt med å holde på med dette, og det ville vært merkelig om de ikke også har klare formeninger om hvordan for eksempel TV2 nyhetene skal utformes. At eierne av private medier er ute etter å tjene penger er ingen hemmelighet, men ideen om at de skulle være ute etter å styre virksomheten på noen som helst måte virker nesten litt tabubelagt. Flere av journalistene i TV2 presiserer også at eiernes forventninger og ønsker ikke har noen ting å si for journalistikken, mens man i samme åndedrag kommenterer kravet fra eierne om høye seertall og at nyhetene skal *selge* uten spesielle motforestillinger.

Et mulig autonomitap trenger ikke ha noe med eierne og inntektsgrunnlaget å gjøre, det kan også skje indirekte. PR-byråenes innflytelse på utforming og valg av innslag i pressen, er åpenbart en faktor som er med på å svekke pressens uavhengighet og autonomi. Igjen er det selvfølgelig penger som styrer, men her er det PR-byråene og informasjonsrådgiverne som får betalt, og dette gjør igjen at det er vanskelig å få overblikk over omfanget. En side ved PR-byråenes virksomhet er saker som blir plantet og/ eller tilbudt nyhetspressen som en ferdig pakkeløsning,

en annen er produkter som gir inntrykk av å være journalistiske. Det siste er nok ikke like relevant for fjernsynet, men i forhold til trykksaker og spesielt vevmedie kan det være vanskelig å se noen forskjell. En illustrasjon på problemet med PR-byråer er at journalister er ettertraktede i denne bransjen på grunn av deres inngående kjennskap til pressen og at man gjerne benytter seg av journalistiske metoder i dette arbeidet. Mange journalister har åpenbart ingen problemer med praktisk talt å bytte side, det vil si å gå fra å være en overvåker av makthaverne til å praktisk talt å jobbe for dem. [Allern 1997:137-138] Dette er tegn på svak autonomi, og et felt som har svært utydelige grenser. I forhold til intervjuene blir dette blant annet illustrert med at mange av informantene nevner at de kjenner mennesker som jobber i PR-byråer privat.

En illustrasjon på det journalistiske feltets svake autonomi finner vi i en artikkel av John McManus der han hevder at journalister i stor grad kan sies å være beslutningsmottakere heller enn beslutningstakere. Grunnen til dette, skriver han, er at kravene fra eiere og styre innebærer at en nyhetsorganisasjon blir nødt til å følge de retningslinjene som den blir pålagt. For eiere som først og fremst ser på mediebedrifter som en investering og kilde til profitt vil dette bety at man prioriterer et størst mulig publikum og minst mulig kostnader, samt at man må være forsiktig med å ikke skade annonsører og eieres interesser. Dette motsier forestillingen om at journalister er uavhengige og frie i forhold til eierne og de som finansierer virksomheten. Journalistenes autonomi er dermed begrenset gjennom kravene om høyest mulige seertall og profitt. Idéen om journalistenes uavhengighet som ligger i den journalistiske etikken fungerer mer som et hinder i forhold til det journalistiske feltets autonomi. [McManus 1997] Slik sett er journalistisk autonomi en form for mytologi symbolisert ved blant annet Vær varsom-plakaten. En mytologi som kanskje er mer egnet til å tilsløre virkelighetene, enn å avsløre den.<sup>13</sup>

## **TV2 og NRK**

Symptomene på svak autonomi som McManus nevner er gjenkjennelige i mitt intervjumateriale, og i denne sammenhengen kan det være interessant å se om vi kan finne en forskjell mellom informantene i NRK Dagsrevyen og TV2-nyhetene. Noe man kan se på for å belyse dette er hvor opptatt man er av seertall. Seerbarometre virker på meg ganske nært knyttet opp til eiernes forventninger og

---

13 Roland Barthes bok *Mythologies* er interessant i denne forbindelsen [Barthes 1993]

markedslogikk, selv om interessen for høye seertall også kan være et uttrykk for et slags journalistisk konkurranseinstinkt. McManus knytter fokuseringen om et størst mulig publikum opp mot en svak journalistisk autonomi, fordi dette er det mest bedriftsøkonomisk lønnsomme for en mediebedrift som er avhengige av annonsører. På grunn av dette skulle man tro at TV2 journalistene er mest opptatt av høye seertall siden kanalen har eiere som har en direkte interesse at TV2-nyhetene er en suksess i henhold til oppslutning og fordi TV2 nyhetenes ressurser vil være avhengig av hvor stort antall seere sendingene har. Selv om det muligens vil stride mot den journalistiske ideologien at eiernes ønsker om avkastning skal ha noe å si for de redaksjonelle vurderingene i kanalen så synes det likevel rimelig å anta at nyhetsendingenes form og retning bærer preg av eiernes ønsker. At det på død og liv skal være viktig å alltid ha høye seertall vil være vanskelig å begrunne ut i fra rene journalistiske vurderinger, det er for eksempel ingenting i Vær varsom-plakaten som tilsier at oppslutning blant publikum er viktig for en nyhetsorganisasjon.

I TV2 er det helt klart for journalistene at høye seertall er viktige for kanalen, og flere av dem sier de tenker mye på dette. De ser også sammenhengen mellom kanalens eksistensgrunnlag, gjennom nødvendigheten av annonseinntekter, og kanalens suksess. De vet at innslagene de lager må generere seere for å ha et produkt å selge til annonsørene. Som en illustrasjon til dette sier en informant at man vet at man må lage "saker som selger" og at nyhetssendingene i TV 2 er laget for å være attraktive for annonsører. [Informant 1, TV2] At man ikke legger skjul på dette kan man for såvidt se på som et sunnhetstegn. Det er vel heller ingen overraskelse at journalistene i TV2 er klar over disse forholdene.

I NRK forventer man kanskje ikke at man er så opptatt av hvor mange som ser på nyhetssendingene. Kanalens inntekter er jo ikke direkte knyttet opp til oppslutningen slik som i TV2. Men NRK journalistene er opptatt av seertall, og en mulig grunn til dette kan man nok se i at noen av NRK-informantene følte at dette var en måte å rettferdiggjøre lisensinntektene på. I tillegg gav et par andre informanter uttrykk for at det gir trygghet i forhold til egen arbeidsplass at det er mange som ser på Dagsrevyen. Dette vil altså si at mens journalistene i TV2 har i bakhodet at de skal selge annonser, så er seertall også viktig for NRK i og med at de må kunne rettferdiggjøre finansieringen gjennom lisenser ovenfor politikere og lisensbetalere. Bevisstheten om seertall har vært sterk i TV2 helt siden kanalen

startet opp, og det er ganske naturlig. I NRK har den derimot vokst i takt med den økende konkurransen som en måte å forsvare lisensfinansieringen av NRK, ved siden av å være en måte å måle feedback fra publikum på. [Syvertsen 1997:226-227] Jeg tror også det er viktig å få fram at informantene ser på høye seertall som en form for anerkjennelse, både for kanalen de jobber i og for dem selv personlig. Dette gir åpenbart prestisje og verdifull kapital både innen feltet og i forhold til kilder og intervjuobjekter.

Det journalistiske feltets avhengighet av markedet kan man også se symptomer gjennom PR-byråers innflytelse på journalistikken. Her er det snakk om en form for indirekte innflytelse av felter som har råd til å betale for den. Det er innlysende at det vanligvis ikke er snakk om kulturelle felter slik som de litterære, kunstneriske eller akademiske. I enkelte tilfeller kan det sikkert være snakk om aktører i det politiske feltet, men som oftest skulle jeg tro at det dreier seg om aktører som har økonomi til å kjøpe slike tjenester, det vil si aktører i næringslivet.

I forhold til spørsmål om autonomi er det interessant å se dette i forhold til det som ble sagt, og ikke sagt, om PR-byråer. Når det gjelder disse tror jeg det mest overraskende er at de fleste journalistene tilsynelatende var så lite oppmerksomme på PR-byråene og deres arbeidsmetoder, til tross for at mange av dem kjente slike såkalte informasjonsrådgivere personlig og den oppmerksomheten det har vært rundt disse i de siste årene. Det dukket også opp andre kommentarer i intervjuene som kan være relevante her. En slik er kommentaren om man ikke får noen ting gratis i forhold til analytikerne man er avhengig av i produksjonen av økonominyhet. [Informant 2, TV2]

### ***Andre felts autonomitap i forhold til det journalistiske feltet***

Det er ikke bare det journalistiske feltet som kan være utsatt for tap av autonomi, andre felt kan stå i fare for å tape i forhold til det journalistiske feltet. En av grunnene til dette er at det journalistiske feltet har relativt dominerende posisjon i den offentlige sfæren, som kan minne om en form for kommunikasjonsmonopol. Skal aktører fra de politiske eller akademiske feltene ha noen mulighet til å nå ut til et stort publikum utover det som omfattes i feltet blir de nødt til å bruke massemedier på massemedienes premisser. Store deler av det vi kaller massemedier er gjerne kontrollert av det journalistiske feltet.

Fenomenet med at andre felt i samfunnet taper autonomi i forhold til det journalistiske feltet likner på det som kan kalles medialisering av samfunnet. Forskere og politikere blir nødt til å tilpasse seg pressens metoder og teknikker slik som tilspissing og forenkling av forskningsresultater og budskap. Petersson peker på at journalistenes dominans truer mangfoldet av alternative tolkninger av samfunnet, noe som samfunnet trenger. [Petersson 1994:33-34]

Det samme fenomenet har blitt påpekt av Pierre Bourdieu. Et av problemene med det journalistiske feltet er at det er svært avhengig av et marked sett i forhold til andre felt slik som de vitenskapelige, litterære og juridiske feltene. Markedet som journalistene er avhengige av er representert av annonsører og seerbarometre. Et sterkt journalistisk felt som direkte eller indirekte er dominert av markedskrefter truer autonomien til andre kulturelle felt. Dette skjer gjennom at man henvender seg til aktører i disse feltene som lettest lar seg "forføre" av den "eksterne" profitten man kan få ved hjelp av fokusering i det journalistiske feltet. Dette kan skje på grunn av disse aktørenes manglende kapital i de feltene det gjelder. Det journalistiske feltet utsetter altså indirekte andre kulturelle felter for de markedskreftene den selv er utsatt for gjennom avhengigheten av kommersielle krefter representert av annonsører og fokusering på seerbarometre. Andre felt blir avhengige av det journalistiske feltet ved at pressen har monopol på videreformidling av inntrykk. [Bourdieu 1998:70-78]

En av informantene i TV2 sier for eksempel at medienes makt består i at andre aktører blir nødt til å tilpasse seg mediene, og han nevner da spesielt måten politikere forholder seg til pressen på. Politikere er i henhold til denne informanten villige til å gjøre hva som helst for å komme i pressens søkelys, og han synes ofte det kan være pinlig, og da spesielt i valgkamptider. [Informant 4, TV2] Denne observasjonen passer bra overens med begrepet om medialisering av samfunnssektorer og det Bourdieu kaller de kulturelle og politiske feltenes tap av autonomi i forhold til det journalistiske feltet. De føler seg tvunget til å opptre i forhold til en logikk som er fremmed for deres eget felt.

I forhold til medienes monopolsituasjon når det gjelder videreformidling av inntrykk slik som Bourdieu ser på det, blir det også kommentert av en av informantene at nettopp dette er en viktig bestanddel i pressens makt, nemlig muligheten til mangfoldiggjøring av budskap. [Informant 2, TV2]



## Kritikk og selvkritikk

I forbindelse med at jeg har arbeidet med denne hovedoppgaven har jeg ikke kunnet unngå å legge merke til i diverse oppslag i pressen måten journalister møter kritikk på. En måte som etter mitt inntrykk ofte består i å bagatellisere og ufarliggjøre kritikken ved å lede oppmerksomheten over på andre ting som ikke har med saken å gjøre. Journalister ser ut til å ha en tendens til å bli overrasket, for ikke å si lett forulempet, over den oppmerksomheten de får fra forskere og andre som er interessert i å kaste et søkelys på hva pressen driver med. Det er vanskelig å skjønne at man skal bli forundret over dette når det er slik at aviser kommer ut i så store opplag og blir lest av så mange, og fjernsynsnyheter oppnår enorme seertall. Produktene pressen produserer blir konsumert av enormt mange mennesker som bruker store ressurser på denne konsumpsjonen, både i form av penger og tid. I lys av dette burde ingen bli forundret over at noen eventuelt er kritiske til pressens og journalisters gjøren og laden, og iallfall ikke over den oppmerksomheten de blir utsatt for. Tvert imot burde man i pressen være takknemlig for den oppmerksomheten som blir vist dem til del. Etter det jeg har fått med meg av debattartikler i *Journalisten* kan det se ut til at også kritikk som kommer innenfra feltet, det vil si fra journalister, blir møtt med omtrent samme måte som kritikk utenfra feltet. En forskjell kan være at det er mer risikofyllt for en journalist som gjennom kritikk mot de rådende forestillingene innen feltet setter sin prestisje og posisjon på spill.

I det hele tatt er det påfallende hvor hårsåre pressefolk blir om man i det hele tatt foreslår at ting kunne vært gjort annerledes. Og forsvaret for at presseproduktene er som de er, er at leserne åpenbart trives med å lese norske aviser og titte på nyhetsendingene på fjernsynet. Journalister bør spørre seg om hvorfor (noen av) produktene de lager er så populære. Er det fordi folk finner dem lærerike eller er det for atspredelsens skyld? Uansett om det er det siste eller ikke, så kan det iallfall være en fordel å ha et åpent og realistisk syn på hva man forsøker å være.

I forhold til det å kritisere pressen er det et viktig forhold som man må ha klart for seg, og det er at slik kritikk ikke er en kritikk av den frie pressen, trykkefriheten og ytringsfriheten. Martin Eide kommenterer problemet slik på NRKs vevsider: "Hver gang en journalist blir møtt med kritikk, argumenteres det med ytringsfrihet i annenhver setning." [www.nrk.no 29.01.02] De fleste, inklusive pressens kritikere, har interesse av disse verdiene, og som Olof Petersson skriver:

"[...] man kan kritisera medierna utan att ifrågasätta att medierna skall vara starka och att de skall granska, upplysa, informera, kritisera och debattera." [Petersson 1994:35] Når andre aktører i samfunnet enn pressen gjør det, og det er pressen som er i søkelyset, liker man det tydeligvis ikke. Ytringsfriheten er en forutsetning for å kunne ytre kritiske spørsmål, og det er langt i fra pressen som har nytte av dette.

Det er ikke spesielt vanskelig å finne kommentarer på journalisters (tilsynelatende manglende) evne til å ta kritikk, Jan Otto Hauge som nylig gikk av som redaktør i *Journalisten* skriver følgende i sin avskjedsartikkel: "man skal lete lenge etter yrkesgrupper som er mer selvgode og uimottagelige for kritikk enn journalister og redaktører". [www.journalisten.no 22.03.02] Dette er jo en interessant, og forsåvidt ortodoks, for å bruke et begrep fra Bourdieu, observasjon fra en som så og si befinner seg innenfor feltet.

En annen person som nylig har ytret seg kritisk om norsk presse er den tyske forfatteren Hans Magnus Enzensberger som skrev en artikkel i *Samtiden* om inntrykket han har fått av seks norske dagsaviser i løpet av en måned: VG, Dagbladet, Dagsavisen, Aftenposten, Dagens Næringsliv og Klassekampen.<sup>14</sup> Kort fortalt kan konklusjonene oppsummeres slik: Norsk presse er fordummende, antiintellektuell, naiv, nasjonalistisk og ikke minst for lite opptatt av internasjonale spørsmål. [Enzensberger 2002] Enzensberger kritikk kan selvfølgelig ha mye for seg, men reaksjonene på den er minst like interessant. Om Dagbladet skriver for eksempel Enzensberger at man "ikke [kan] pynte på analfabetismen med en doktortittel uten at svindelen blir oppdaget." [Enzensberger 2002:6] I Dagbladet skyver man kritikken til side med kommentaren: "Men så ille som mediekritikerne vil ha det til, er vi neppe". [www.dagbladet.no 13.02.02] Ved å vise til sin egen fortreffelighet, representert ved at det åpenbart finnes mennesker som både kjøper og leser Dagbladet, gjør man kritikken irrelevant. Det er selvfølgelig en real sak å være uenig i kritikk, man da bør man gjøre det ved å ta den på alvor og ikke bare avlede den ut i intet.

Om VG skriver Enzensberger følgende: "Lesing av VG er velegnet for folk med lesevansker". [Enzensberger 2002:5] Metaforen "lesevansker" er nok dårlig valgt, for det er selvfølgelig ikke mennesker med dysleksi som Enzensberger sikter til.

---

14 Se også side 78 i kapitlet *Publikums motstandskraft*.

Anders Giæver kommentar; "jeg er stolt hvis folk med lesevaner leser det jeg skriver" [www.aftenposten.no 12.02.02] kan dermed stilles i et litt annet lys. Nå tror jeg ikke Giæver misforstod hva Enzensberger egentlig mente med kritikken, som kort og godt gikk ut på at kvaliteten er dårlig, provinsial og sensasjonspreget. Det er mer snakk om et ikke helt velvalgt forsøk på å ufarliggjøre kritikk. Om man i VG skriver nyheter for folk som man tror er dumme, er det ikke bare oppsiktsvekkende, det er i tillegg en ganske nedverdiggende vurdering av avisas lesere. Det er omtrent som om man innrømmer at VG kun er verdt å lese for underholdningens skyld og at kunnskap er noe man finner andre steder. Forsåvidt legger vel man ikke i VG skjul på at journalistikken deres i form og innhold skal være enkel og tabloid, men når man møter kritikk for dette trenger man ikke late som om man driver med grundig og dyptpløyende journalistikk. I stedet bør man innrømme at man lager lett underholdning, i tilfelle det er dette man faktisk gjør. I denne forbindelsen er det ganske forfriskende å se på hva informantene fra TV2 har sagt, der i gården legger man slett ikke skjul på at jobben deres er å underholde (blant annet), selv om det finnes delte meninger om dette også der.

I en kommentar til at Martin Eide har kritisert pressen for å være for lite selvkritiske sier Bernt Olufsen, redaktør i VG, at man ikke ser behovet for offentlig selvpisking og nyhetsredaktør i Aftenposten, Ola Bernhus, "har ikke sett behovet for mediekritisk stoff før nå." [www.nrk.no 30.01.02] Det er merkelig at produsentene av produkter som berører så mange mennesker ikke ser behovet for kritikk og selvkritikk, og man kan lure på om årsaken ligger i at journalister rett og slett ikke er i stand til å formulere selvkritikk som andre mennesker finner interessant. Det er tvilsomt at journalister er dummere enn andre folk, men skal man gjennomføre et kritisk prosjekt trenger man de rette verktøyene i form av fornuftige begreper og teoretisk rammeverk som kan sette en i stand til gjøre dette. Disse begrepene finnes, blant annet i medievitenskap, men dette ser ut til å være et fag som journalistene selv ikke behersker.

Om det er slik at det man ikke mangler den nødvendige kunnskapen som skal til kan det hende de som forsøker seg på kritikk blir møtt med slik motstand at man gir seg, eller at man rett og slett blir ignorert og avvist. Samtidig kan det være et eksempel på at det er vanskelig å gå imot logikken i ens eget felt. Bourdieu sammenligner sosiale felt med spill. [Bourdieu & Wacquant 1995:83-85] Hvert felt har sin egen form for spill, og reglene for spillet, feltlogikken, kan være vanskelig å

utfordre. Spesielt om man har lite kapital som er spesifikk for feltet, og dermed innehar en svak posisjon. Aktører som har rikelig med feltspesifikk kapital har sannsynligvis liten interesse i kritikk som kan svekke deres allerede dominerende posisjon.

Man mangler altså egnede begreper, og det er i tillegg en motstand i feltet som legger hindringer i veien for konstruktiv kritikk. I tillegg er det en akutt mangel på tid som gjøre at slike spørsmål blir prioritert bort. Tidsproblemet blir til stadighet kommentert av journalister, også i denne undersøkelsen. Om man knapt har tid til å gjøre jobben som er forventet av en, blir det også vanskeligere å yte motstand.

## Konklusjon

Til sist skal jeg se om jeg kan trekke noen konklusjoner om de temaene som er diskutert i oppgaven. Blant disse har vi pressens idealer, mediemakt, seerbarometre, underholdning, annonsører, publikum, kilder, kritikk og selvkritikk og spørsmålet om autonomi i forhold til det journalistiske feltet.<sup>15</sup> I forbindelse med journalistenes maktforståelse, som jo er oppgavens hovedtema og utgangspunkt, vil jeg konkludere med at denne i hovedsak er noe rudimentær. Hovedgrunnen til dette vil jeg tro er at journalister ikke har tid eller anledning til å beskjeftige seg med slike spørsmål. I tillegg er det snakk om mangel på vilje og interesse i feltet, noe som er et tankekors når man ser hvor tilsynelatende opptatt journalister ellers er av maktavsløring. Det kommer likevel fram blant de fleste informantene at det ikke er mulig for en journalist å være objektiv, og at det heller ikke er mulig å speile samfunnet, selv om det ble gitt uttrykk for at man gjerne så at det skulle vært slik.

Tilsynelatende er det blant journalistenes oppgaver å avsløre skjulte maktforhold og utøve samfunnskritikk, men samtidig kan det tenkes at det er andre aspekter som ansees som like viktige i det journalistiske feltet, slik som det hverdagslige arbeidet med å produsere gode saker. Slikt sett blir det håndverksmessige, det journalistiske grepet, viktigere enn både festideologien og forståelse for hvorfor man gjør det man gjør. Det blir ikke enklere at man tydeligvis har et svært anstrengt forhold til både kritikk og selvkritikk innenfor feltet. Kritikk feies ganske enkelt til side som uvesentligheter, og den selvkritikk som forekommer er i beste fall halvhjertet.<sup>16</sup>

---

<sup>15</sup> Se side 3 for et sammendrag av oppgaven.

<sup>16</sup> Det jeg sier her skal sees i sammenheng med kapitlet *Kritikk og selvkritikk* på side 105 og ikke nødvendigvis med informantene.

Når det gjelder journalistenes forhold til kildene har man et tvetydig forhold til anonyme kilder, og ikke minst en ufullstendig forståelse av profesjonelle kildeorganisasjoners virksomhet. Det samme gjelder forholdet til publikum på den måten at man hverken i TV2 eller i NRK har noe klart bilde av hvem man egentlig henvender seg til, bortsett fra vage begreper om "allmennheten" og "massene". TV2 har likevel en noe mer klart definert målgruppe, nemlig "de unge", som har sammenheng med at kanalen er reklamefinansiert og at man derfor på samme måte som annonsørene er interessert i å treffe den gruppen som danner kjøpemønstre.

Ellers tror jeg ikke at jeg ut i fra mitt materiale kan identifisere noen vesentlige forskjeller mellom journalistene i de to kanalene. Det blir i så fall i forhold til spørsmål om ordvalg, slik som det å "underholde", som man gjør i TV2, og "engasjere", som man forsøker på i NRK. Ellers er det tydelig at NRK blir sett på som den mest "seriøse" av de to kanalene, også av informantene i TV2.

Til sist vil jeg si at det selvfølgelig finnes mange svært dyktige journalister, både i fjernsynet og andre medier, men ut i fra arbeidet med denne oppgave har jeg likevel en følelse av at det er nødvendig med en litt mer sofistikert selvforståelse generelt i det journalistiske feltet. Det er veien å gå for en bedre journalistikk.

## Litteraturliste

- Allern, Sigurd (2001): *Flokkdyr på Løvebakken. Søkelys på Stortingets presselosje og politikken medierammer*. Pax forlag, Oslo.
- Allern, Sigurd (1996): *Kildenes makt. Ytringsfrihetens politiske økonomi*. Pax forlag, Oslo.
- Allern, Sigurd (1997): *Når kildene byr opp til dans. Søkelys på PR-byråene og journalistikken*. Pax forlag, Oslo.
- Allern, Sigurd (1998): *Politisk økonomi som teoretisk tilnærming i journalistikkforskning*. Arbeidspapier Nr. 29/1998. Institutt for medievitenskap, Universitetet i Bergen.
- Baudrillard, Jean (1991): *I skyggen av de tause majoriteter eller den sosiale ordens endelikt*. J. W. Cappelens forlag, Oslo.
- Barthes, Roland (1993): *Mythologies*. Vintage Books, London.
- Bourdieu, Pierre (1998): *On television and journalism*. Pluto Press, London.
- Bourdieu, Pierre (1996): *Symbolisk makt*. Pax forlag, Oslo.
- Bourdieu, Pierre og Wacquant, Loïc J. D (1995): *Den kritiske ettertanke. Grunnlag for samfunnsanalyse*. Det Norske Samlaget, Oslo.
- Brurås, Svein og Røssland, Lars Arve (2000): *Prosjekt Hedrum: Full skjæring: drapssaken, nyhetsjakten og menneskene bak nyhetene*. Norsk Journalistlag, Oslo.
- Båshus, Trond (2000): *Journalister, pressen og makt*. Oppgave i teorispesialisering, hovedfag sosiologi, Institutt for sosiologi og samfunnsgeografi, Universitetet i Oslo.
- Curran, James (1990): "Culturalist Perspectives on News Organisations: A reappraisal and a case study." i Ferguson, M. (ed.). *Political Communication*. Sage, London.
- Danielsen, Arild og Hansen, Marianne Nordli (1999): "Makt i Pierre Bourdieus sosiologi." i Engelstad, Fredrik (red.). *Om makt. Teori og kritikk*. Ad Notam Gyldendal, Oslo.
- Dearing, James W. & Rogers, Everett M (1992): *Communication Concepts 6: Agenda-Setting*. Sage Publications, Thousand Oaks.
- Eide, Martin og Hernes, Gudmund (1987): *Død og pine. Om massemedia og helsepolitikk*. FAFO, Oslo.
- Eide, Martin (1992): *Nyhetenes interesse. Nyhetsjournalistikk mellom tekst og kontekst*. Universitetsforlaget, Oslo.
- Eide, Martin og Rasmussen, Terje (1985): "Kildene, makten og æren." *Nytt norsk tidsskrift*, Nr. 4.
- Engelstad, Fredrik (1999): "Maktbegrepet etter Max Weber" i Engelstad, Fredrik (red.). *Om makt. Teori og kritikk*. Ad Notam Gyldendal, Oslo.
- Enzensberger, Magnus (2002): "Verden skrumper inn på avisparet. Innblikk i norsk presse." *Samtiden*, Nr. 1, 2001.
- Fangen, Katrine (1997): *Fra erfaringsnær til kritisk. Fortolkning som samfunnsvitenskapelig utfordring*. Institutt for sosiologi, Universitetet i Oslo.
- Goffman, Erwing (1974): *Frame Analysis: an essay on the organization of experience*. Harvard University Press, Cambridge, Mass.
- Goffman, Erwing (1992): *Vårt rollespill til daglig. En studie i hverdagslivets dramatik*. Pax forlag, Oslo.
- Halse, Ketil Jarl (1975): *Journalisten som strateg*. Hovedoppgave, Sosiologisk institutt, Universitetet i Bergen.
- Hernes, Gudmund (1975): *Makt og avmakt*. Universitetsforlaget, Oslo.
- Hernes, Gudmund (1984): "Media: struktur, vridning, drama." *Nytt norsk*

- tidsskrift*, Nr. 1.
- Hovden, Jan Fredrik (2001): "Etter alle journalistikkens reglar. Skisse til ein studie av det norske journalistiske feltet." i Eide, Martin (red). *Til dagsorden! Journalistikk, makt og demokrati*. Gyldendal, 2001.
- Lukes, Steven (1974): *Power. A Radical View*. MacMillan Press, London.
- Mathiesen, Thomas (1993): *Makt og medier. En innføring i mediesosiologi*. Pax forlag, Oslo.
- McManus, John H. (1994): *Market-Driven Journalism: Let the Citizen Beware?* Sage Publications, Thousand Oaks.
- McManus, John H. (1997): "Who's Responsible for Journalism." *Journal of Mass Media Ethics*, Vol. 12, No. 1.
- Petersson, Olof (1994): "Journalistene som klass, Journalismen som ideologi" fra Edvardsen, Terje Steen. *Media og samfunnsstyring*. Fagbokforlaget, Bergen.
- Raaum, Odd (1999): *Pressen er løs! Fronter i journalistenes faglige frigjøring*. Pax forlag, Oslo.
- Reinton, Per Olav (1984): "Kildenes tyranni. Om journalisten som medium." *Nytt norsk tidsskrift*, Nr. 4.
- Sand, Gunnar og Helland, Knut (1998): *Bak TV-nyhetene. Produksjon og presentasjon i NRK og TV2*. Fagbokforlaget, Bergen.
- Schudson, Michael (1978): *Discovering the News. A Social History of American Newspapers*. Basic Books, New York.
- Skjervheim, Hans (1963): "Deltaker og tilskodar" i Hans Skjervheim. *Deltaker og tilskodar*. Dreyer, Oslo.
- Skjervheim, Hans (1985): "Den nye mediaideologien." *Nytt norsk tidsskrift*, Nr. 1.
- Slaata, Tore (1999): *Medier, makt og demokrati*. Makt- og demokratiutredningens rapportserie, Oslo.
- Syvertsen, Trine (1997): *Den store TV-krigen. Norsk allmennkringkasting 1988-96*. Fagbokforlaget, Bergen.
- Syvertsen, Trine (1994): "Kommersialisering av kringkasting" fra Edvardsen, Terje Steen. *Media og samfunnsstyring*. Fagbokforlaget, Bergen.
- Weber, Max (1971): *Makt og byråkrati*. Gyldendal, Oslo.
- White, David Manning (1950): "The 'Gate Keeper': A Case Study In the Selection of News". *Journalism Quarterly*, 20:383-390.
- Thagaard, Tove (1998): *Systematikk og innlevelse. En innføring i kvalitativ metode*. Fagbokforlaget, Bergen.
- Thorbjørnsrud, Kjersti (2001): *Vilje til makt? Praksis og prinsipper i politisk journalistikk. Illustrert ved "Jaglandsaken"*. Hovedoppgave, Institutt for statsvitenskap, Universitetet i Oslo.
- Tuchman, Gaye (1972): "Objectivity as Strategic Ritual: An Examination of Newsmen's Notions of Objectivity". *American Journal of Sociology*, 77:660-679.
- Østbye, Helge (2000): *Hvem eier norske massemedier?* Makt- og demokratiutredningens rapportserie, Oslo.
- Østerberg, Dag (1997): *Fortolkende sosiologi II*. Universitetsforlaget, Oslo.



## **Diverse kildematerialer<sup>17</sup>**

### **SKUP-programmer**

Programmene fra SKUP-konferansene har jeg fra følgende kilder:

- 1993. *Journalisten*, nr. 4, 26. februar 1993.
- 1995. *Journalisten*, nr. 3, 10. februar 1995.
- 1996. *Journalisten*, nr. 5, 15. mars 1996.
- 1997. *Siste SKUP*. Mars 1997
- 1998. *Journalisten*, nr. 4, 20. februar 1998.
- 1999. *Journalisten*, nr. 3, 12. februar 1999.
- 2000. <http://www.ij.no/skup/Skuparkiv/Program/program2000.htm>
- 2001. <http://www.ij.no/skup/Skuparkiv/Program/program2001.htm>
- 2002. <http://www.ij.no/skup/nesteskup/index.htm>

### **Debattartikler fra Journalisten**

Tatt fra utgaven på Verdensveven (<http://www.journalisten.no/>):

- "Journalistisk integritet, en øm tå?" 5. mai 2000.
- "Når samfunnet glipper." 25. februar 2000.
- "Interessant råtekst." 5. mai 2000.

### **Diverse artikler**

- Aftenposten* ([www.aftenposten.no](http://www.aftenposten.no)). "En presse for lesesvake?" 12. februar 2002.
- Dagbladet* ([www.dagbladet.no](http://www.dagbladet.no)). "Typisk norsk å være norsk." 13. februar 2002.
- Journalisten* ([www.journalisten.no](http://www.journalisten.no)). "Jan Otto Hauge slutter som redaktør: ... og takk for seg." 22. mars 2002.
- NRK* ([www.nrk.no](http://www.nrk.no)). "Refser journalister." 29. januar 2002.
- NRK* ([www.nrk.no](http://www.nrk.no)). "Presseforbundet etterlyser selvkritikk." 30. januar 2002.

---

<sup>17</sup> For oversikt over informantene, se side .

## Vedlegg 1: Vær varsom-plakaten (utdrag)

### 1. Pressens samfunnsrolle

- 1.1. Ytringsfrihet, informasjonsfrihet og trykkefrihet er grunnelementer i et demokrati. En fri, uavhengig presse er blant de viktigste institusjoner i demokratiske samfunn.
- 1.2. Pressen ivaretar viktige oppgaver som informasjon, debatt og samfunnskritikk. Pressen har et spesielt ansvar for at ulike syn kommer til uttrykk.
- 1.3. Pressen skal verne om ytringsfriheten, trykkefriheten og offentlighetsprinsippet. Den kan ikke gi etter for press fra noen som vil hindre åpen debatt, fri informasjonsformidling og fri adgang til kildene.
- 1.4. Det er pressens rett å informere om det som skjer i samfunnet og avdekke kritikkverdige forhold. **Det er pressens plikt å sette et kritisk søkelys på hvordan mediene selv fyller sin samfunnsrolle.**<sup>18</sup>
- 1.5. Det er pressens oppgave å beskytte enkeltmennesker og grupper mot overgrep eller forsømmelser fra offentlige myndigheter og institusjoner, private foretak eller andre.

---

<sup>18</sup> Teksten som er uthevet kom til etter revideringen i 2001.

## **Vedlegg 2: Intervjuguide**

Guiden ser kanskje omfattende ut, men den ble ikke brukt slavisk under intervjuene. Jeg forsøkte å ha den som et hjelpemiddel til å holde intervjuet i gang og for at det ikke skulle skli ut. I tillegg fungerte den som en huskeliste for at jeg skulle få med meg de temaene jeg ville snakke om.

### **1. Journalistrollen:**

Bakgrunnsinformasjon om journalisten.

Hvorfor journalist?

Hva er en god journalist?

Pressens oppgave i samfunnet?

Vær varsom-plakatens første punkter.

### **2. Mediemakt:**

Makt og mediemakt.

På hvilken måte?

Er det et ønske å påvirke?

Hva betyr det å sette dagsorden?

I forhold til demokratiet/ politikk.

Skal pressen være kritisk? Hva betyr i så fall dette?

Diskusjon av makt i redaksjonen.

### **2.1 Valg og vinkling av saker og nyhetsmiksen**

Speil?

Objektivitet/ egne meningers innflytelse.

Vinkling og valg - betydning og ansvar.

Hvem velger (vaktsjefen)?

Seerbarometre -> innhold.

Hvorfor er seertall viktige?

Hvem er målgruppen? Hvordan vil du karakterisere en slik person (*en av massene*)?

Underholdning/ opplysning.

(Selgende nyheter)

Viktig å forenkle?

Hva karakteriserer en NRK nyhet/ TV2-nyhet?

Fremstilling av konflikter.

Nyhetsmiksen.

### **2.2 Journalisten syn på egne muligheter**

Egne muligheter.

3. Forholdet til kilder:

PR-byråer og andre kilder.

Hvem tar kontakt?

Liste eller på sparket?

Alternative kilder.

het

### **4. Eiere og annonsører:**

Betydning av eierens forventninger.

Vurdering av kostnader (tid, folk, etc).  
Blir saker droppet pga. ressursmangel?

### **5. Konkurrenter**

Skal nyhetene selge?  
Misfornøyde annonsører?  
Hvor viktig er konkurrentene?  
Tar dere opp saker som de slår opp?  
Egen dagsorden? Hvor viktig er konkurransen?

### **6. Avsluttende spørsmål:**

Er det noe du vil legge til?

---

*Alle kilder i denne oppgaven er oppgitt*